



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS

ESCOLA DE ENGENHARIA

FACULDADE DE ARQUITETURA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**DESIGN E ARTESANATO: ANÁLISE DA GESTÃO, MATERIAIS E TÉCNICAS
UTILIZADAS EM GRUPOS DE ARTESÃOS NO RIO GRANDE DO SUL**

DIANE JOHANN

Porto Alegre
2010

J651d Johann, Diane Meri Weiller

Design e artesanato: análise da gestão, materiais e técnicas utilizadas em grupos de artesãos no Rio Grande do Sul / Diane Meri Weiller Johann. – 2010.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Escola de Engenharia e Faculdade de Arquitetura. Programa de Pós-Graduação em Design.

Porto Alegre, BR-RS, 2010.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Liane Roldo

Coorientador: Maurício Moreira e Silva Bernardes

1. Design. 2. Artesanato. 3. Gestão. 4. Materiais. I. Roldo, Liane, orient. II. Bernardes, Maurício Moreira e Silva, coorient. III. Título.

CDU-744(043)

DIANE JOHANN

**DESIGN E ARTESANATO: ANÁLISE DA GESTÃO, MATERIAIS E TÉCNICAS
UTILIZADAS EM GRUPOS DE ARTESÃOS NO RIO GRANDE DO SUL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design como requisito final para obtenção do título de Mestre em Design da Escola de Engenharia e Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof. Dra. Liane Roldo
Co-orientador: Prof. Dr. Maurício Moreira e
Silva Bernardes

Porto Alegre
2010

DIANE JOHANN

**DESIGN E ARTESANATO: ANÁLISE DA GESTÃO, MATERIAIS E TÉCNICAS
UTILIZADAS EM GRUPOS DE ARTESÃOS NO RIO GRANDE DO SUL**

Orientadora: Profa. Dra. Liane Roldo
PGDesign – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Co-orientador: Prof. Dr. Maurício Moreira e Silva Bernardes
PGDesign – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Banca examinadora:

Prof. Dr. Celso Carnos Scaletsky
Escola de Design - Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Profa. Dra. Paula Viviane Ramos
Instituto de Artes - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Evelise Anicet Ruthschilling
PGDesign - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Dedico esta pesquisa ao meu filho Artur que, com muita paciência, participou da mesma, no meu ventre.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, ao meu marido, Anderson, que, pacientemente, participou, ouviu e discutiu o tema desta pesquisa, mesmo que não sendo sua área de conhecimento e compreendeu todas as minhas faltas. Minha gratidão por tudo que somos juntos.

A minha orientadora Liane Roldo, agradeço por ter aceitado o desafio de orientar esta pesquisa, visto que se trata de um assunto novo no seu amplo conhecimento e por não perder a paciência sempre que discutíamos um novo ou velho questionamento.

Ao meu co-orientador Maurício Bernardes, agradeço pela dedicação e empenho em orientar e defender esta pesquisa com tanta dedicação.

Á todos os mestres que iluminaram minha jornada.

Aos meus amigos pelas faltas durante o período da pesquisa e por ouvir os anseios referentes à mesma.

A minha amiga Nicole, por ter dividido e discutido tantas vezes as dificuldades e problemas desta pesquisa.

A minha família, em especial a minha mãe, por terem sido tolerantes quando não compareci em datas importantes.

RESUMO

O design aliado ao artesanato é um campo de trabalho cada vez mais explorado por designers, assim como, existem muitos artesãos reunidos em grupos a fim de profissionalizar o trabalho artesanal. Também pode ser observado que o saber empírico do artesão, ligado ao conhecimento técnico do designer, profissionaliza e refina o trabalho artesanal. Desta forma, esta pesquisa tem como objetivo analisar a gestão, as intervenções de design, o uso de materiais e técnicas em grupos de artesãos do Rio Grande do Sul. O estudo apresenta as categorias artesanais e onde cada tipo de artesanato se insere, visto que há diversas formas de produzi-lo e representá-lo. A metodologia de pesquisa utilizada foi qualitativa, onde se lançou mão de questionários, entrevistas e observações à coleta de dados, realizada com seis grupos de artesãos que tiveram e não tiveram intervenção de designers. A pesquisa foi desenvolvida em três etapas: na etapa 1 – compreensão; foi realizada uma coleta preliminar e feito um plano de ação da pesquisa; na etapa 2 – captação; foi realizada a pesquisa de campo, aplicação dos questionários, observações realizadas pela pesquisadora no convívio dos grupos de artesãos e entrevistas realizadas com os artesãos; e na etapa 3 – avaliação; ocorreu a análise dos dados coletados. Os resultados dividiram-se basicamente em: pesquisa piloto e pesquisa final indicando, principalmente, que os grupos são carentes de conhecimentos e, ainda observou-se que a atuação conjunta de designers e artesãos favorece o segmento através da otimização do uso de materiais e técnicas melhorando, assim, a qualidade dos produtos e características estético-formais do artesanato. Conclui-se que as junções de design e artesanato podem ser uma importante conexão como objeto ordenador social e de geração de renda.

Palavras-chave: gestão; grupos de artesãos; intervenção de designer; artesanato.

ABSTRACT

The design combined with the craftwork is a work camp increasingly explored by designers, as there are many craftsmen gathered in groups in order to professionalize the craftsmanship. It can also be observed that combining the empirical knowledge of the craftsman with the technical knowledge of the designer makes the craftwork more professional and refined. Thus, this research aims to analyze the management, the interventions of design and the usage of materials and techniques among artisans in Rio Grande do Sul. The study presents craftwork categories and the places in which different kinds of craftwork are present, since there are several ways to produce it and represent it. The research approach was a qualitative one and questionnaires, interviews and observations were used to collect data among six groups of artisans who had and had no intervention of designers. The research was conducted in three steps: step 1 - understanding, it was held a preliminary data collection and a research plan; step 2 - catchment, where it was conducted the field research, the questionnaires, the interviews with the artisans and the researcher's observations of the groups of artisans and craftsmen; step 3 - evaluation, was to analyze the data collected. The results were presented in two steps, the first consisting of a pilot survey and final survey, indicating mainly that the groups are lacking in knowledge and, it was also observed that the combined efforts of designers and craftsmen improve the quality of craftwork products, the optimization of the use of materials and techniques, as well as, the aesthetic value of handicraft products. It was concluded that the connection between design and crafts can be an important tool for the social ordering and income generation.

Keywords: management; groups of artisans; intervention designer; craftwork.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Cadeia de produção	20
Figura 4 – Retirantes. Mestre Vitalino. Década de 60.	28
Figura 5 – Jardim da casa da Artista Zezinha do Vale do Jequitinhonha.	29
Figura 6 – Panos de prato bordado com motivos pré-definidos.	30
Figura 7 – Cestos Baniwa vendidos nas lojas Tok & Stok.	35
Figura 8 – Ovo e tubos de cerâmica Anelise Bredow.	36
Figura 9 – Cachecol e Almofada Bichos do mar de dentro.	37
Figura 10 – Bolsas feitas pelas artesãs de Pontal de Coruripe com folhas de ouricuri.	38
Figura 11 – Artesanato em <i>biscuit</i> e pintura em tecido do Brique da Redenção de Porto Alegre/RS	39
Figura 12 – Cadeira Shadowy produzida com bordados africanos.	40
Figura 13 – (a) Poltrona Oslo desenhada por Jean-Marie Massaud. (b) Detalhe do bordado feito à mão.	41
Figura 14 - Desenho das atividades da pesquisa.....	52
Figura 15 – Logomarca do grupo Favos do Sul	55
Figura 16 – Almofada Favos do Sul – À venda nas lojas Tok & Stok.....	55
Figura 17 – Logomarca do grupo Araucária.....	56
Figura 18 – Almofada Viração.....	56
Figura 19 – Almofada Mula-sem-cabeça.....	56
Figura 20 (a) – Luminária Farol – Figura 20 (b) – Carteira Charme	57
Figura 21 - Bijuterias do grupo Crescendo Juntos	58
Figura 22 – Flor Linha Crocheteira – À venda nas lojas Tok & Stok	58
Figura 23 – Colar de tecido e fios - Inch.....	59
Figura 24 – Almofadas Linha Crocheteira – À venda nas lojas Tok & Stok	60
Figura 25 – <i>Souplast</i> Linha Crocheteira – À venda nas lojas Tok & Stok	60
Figura 26 – Fluxograma de características do grupo Favos do Sul	65
Figura 28 – Fluxograma de características do grupo Araucária.....	68
Figura 29 – Fluxograma de características do grupo Crescendo Juntos	71
Figura 30 – Fluxograma de características do grupo Amigas Arteiras	73
Figura 31 – Fluxograma de características do grupo Tramas e Cores.....	74

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Divisão das categorias artesanais.....	27
Tabela 2 – Matérias-primas e ofícios artesanais listadas pelo SEBRAE.....	46
Tabela 3 – Matérias-primas listadas por Eduardo Barroso	47
Tabela 4 – Tabela do perfil dos grupos participantes da pesquisa piloto, segundo o questionário respondido.	63
Tabela 5 – Tabela comparativa dos estágios de formação dos grupos	84
Tabela 6 – Comparação de materiais, técnicas e produtos dos grupos participantes	88
Tabela 7 – Organização administrativa dos grupos de artesãos.....	94

LISTA DE ABREVIATURAS

EMATER - Associação Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural

FIERGS - Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul

PET - Polietileno tereftalato

PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S/A

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SESI - Serviço Social da Indústria

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Proposta Investigativa	15
1.2 Objetivos	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 Objeto de Estudo	15
1.4 Resumo do Método de Pesquisa	16
1.5 Distribuição dos Capítulos	17
2 REVISÃO DA LITERATURA	18
2.1 Gestão	18
2.1.1 Gestão de Grupos de Artesãos.....	19
2.2 O Artesanato e suas categorias	25
2.2.1 Arte popular.....	27
2.2.2 Trabalhos Manuais.....	29
2.2.3 Artesanato.....	30
2.2.3.1 Artesanato indígena.....	33
2.2.3.2 Artesanato conceitual	35
2.2.3.3 Artesanato de referência cultural	36
2.2.3.4 Artesanato tradicional	37
2.2.3.5 Produtos semi-industriais ou industriais	39
2.3 Design e Artesanato	41
2.4 Materiais e Técnicas	45
2.5 Métodos e Técnicas para Coleta de Dados	47
2.5.1 Estudo de Caso.....	47
2.5.2 Pesquisa Qualitativa.....	49
3 MÉTODOS DE PESQUISA	51
3.1 Delineamento de Pesquisa	53
3.2 Estratégia de Pesquisa	53

3.3 Descrição dos Grupos Participantes	54
3.3.1 Favos do Sul	54
3.3.2 Araucária	55
3.3.3 Projeto Canoa	57
3.3.4 Crescendo Juntos	57
3.3.5 Amigas Arteiras	59
3.3.6 Tramas e Cores	60
4 RESULTADOS	61
4.1 Resultados – Pesquisa Piloto	61
4.1.1 Questionários Parciais	61
4.2 Resultados da Pesquisa Final	64
4.2.1 Questionários Finais	64
4.2.2 Entrevistas	76
4.2.2.1 Entrevistas com artesãos	76
4.2.2.2 Entrevistas com designers	79
4.2.3 Comparação estrutural dos grupos	83
4.2.4 Materiais e Técnicas utilizadas nos Grupos Participantes	86
4.2.5 Comparação de materiais, técnicas e produtos desenvolvidos pelos grupos	88
5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	91
5.1 Gestão de grupos de artesãos	91
5.1.1 Entrevistas	95
5.2 Materiais e técnicas	96
5.3 Importância da intervenção de designers	97
5.3.1 Categorias Artesanais	98
5.4 Experiência profissional da pesquisadora	99
6 CONCLUSÕES E PROPOSIÇÕES	102
REFERÊNCIAS	106
APÊNDICE 1	112
APÊNDICE 2	114
APÊNDICE 3	115
APÊNDICE 4	118

1 INTRODUÇÃO

Design incorporado ao artesanato é um campo de trabalho que tem atraído designers, pelas possibilidades de desenvolver produtos diferenciados dos produtos industriais, como também tem reunido artesãos em grupos, com o objetivo de profissionalizar a produção e gerar mais renda.

O artesanato representa uma parte expressiva da economia, absorvendo mão-de-obra, além disso, o valor social e cultural agregado, proveniente de técnicas passadas de geração em geração, expressa o saber fazer popular. São fatores que caracterizam o trabalho, como citado no Termo de Referência do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) com a consultoria de Eduardo Barroso, “a principal e mais importante característica do trabalho artesanal é o fato dele ser resultante de um trabalho produtivo, executado pelas mãos, com sensibilidade, perícia e cuidado” (SEBRAE, 2004, p.68).

O artesão, ao lidar com esse repasse de “saberes e fazeres” que acontece há gerações, expressa valiosamente no seu trabalho essa cultura que vem sendo trazida durante décadas e que está sendo fortalecida no mercado. Como observado por Paz (1991):

Ainda há poucos anos era opinião geral que o artesanato estava condenado a desaparecer, deslocado pela indústria. Hoje acontece precisamente o contrário: para bem ou para o mal, os objetos feitos à mão já fazem parte do mercado mundial. (PAZ, 1991, p.55)

Os produtos artesanais, em grande parte das vezes, identificam a cultura local fazendo dele uma forma de aproximar a sua região ao resto do mundo. Por exemplo, quando se faz uma viagem e se quer adquirir uma recordação que lembre o local, quase sempre se compra um objeto artesanal. Como relata Barroso (2002), “quem compra artesanato, compra também um pouco de história. Nem que seja sua própria história e viagens e de descobertas”. E, como afirma Borges (2003), “o artesanato é um patrimônio inestimável que nenhum povo pode se dar ao luxo de perder”.

Observa-se, também, que o artesanato também é visto como fonte de renda onde muitas pessoas dependem exclusivamente dessa profissão e já existem muitos grupos de artesãos que, além de apresentar a cultura local, estão organizados de forma a gerar ainda mais renda para os envolvidos. Segundo Borges (2003):

...em busca desses signos de identidade e de diferenciação que se movem muitos consumidores dos países mais desenvolvidos, que já têm emitido sinais de saturação em relação à avalanche de produtos à primeira vista sedutores e reluzentes, mas na realidade vazios de sentido, irrelevantes e rapidamente descartáveis. Em consequência, há uma revalorização dos chamados “produtos étnicos”, objetos feitos à mão nos mais longínquos países e presentes nas mesmas lojas sofisticadas de Nova York e Milão onde se encontram os últimos lançamentos do design internacional. (BORGES, 2003, p.64).

Como afirma Ruth Cardoso (2000), quando fala das ações de programas voltados para o artesanato:

O enfoque na tradição não tem caráter nostálgico, pois a atividade artesanal é trabalhada como prática presente que se reproduz, afeta à re-criação e ao diálogo com o contemporâneo. Nesse entendimento, a valorização do saber desses artesãos eleva a auto-estima do grupo, reafirmando o indivíduo e a coletividade. (CARDOSO, Ruth, 2000)

Conforme observações realizadas em grupos artesãos, pôde-se perceber que eles, normalmente, reúnem-se em grupos para agregar um volume maior de trabalho, unir forças, compartilhar técnicas e ter resultados mais lucrativos. Alguns grupos perduram e têm vida longa, outros, com o tempo, perdem os seus membros, o estímulo e com isso acabam. Normalmente, o artesão depende de resultados imediatos, objetiva o sustento familiar. Muitas vezes, a falta de visão em longo prazo, leva ao fim muitos grupos de artesãos. Segundo SEBRAE (2004), “o artesão, ao produzir uma peça, está preocupado com a possibilidade de conseguir seu sustento e de sua família. Um artesão é, acima de tudo, um fabricante de artefatos e, portanto, sujeito às regras do mercado”.

A partir destas constatações, percebeu-se um objeto de pesquisa de relevância. Desta forma, o tema desta pesquisa é uma análise da gestão, comparação da intervenção ou não de design no artesanato, no uso de materiais e técnicas utilizados pelos grupos de artesãos, além de responder, com base nos resultados práticos, o que é artesanato hoje e suas ramificações. A pesquisa foi realizada em grupos de artesãos que fazem do artesanato uma fonte de renda, onde se observou a forma de funcionamento destes, sua estrutura organizacional, distribuição dos trabalhos e gestão.

1.1 Proposta investigativa

Existe método nas atividades de gestão dos grupos de artesãos?

Como levantar informações para auxiliar grupos de artesãos na otimização da gestão, produção e uso dos materiais?

A intervenção de designers em grupos de artesãos contribui na qualificação do trabalho realizado pelos artesãos? Quais são as contribuições possíveis?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo principal desta pesquisa é analisar a gestão, os resultados das intervenções de design no artesanato, os materiais e as técnicas utilizadas em grupos de artesãos que já tiveram a intervenção de designers ou não.

1.2.2 Objetivos Específicos

Esta pesquisa pretende, através do envolvimento direto e indireto nos grupos de artesãos, atingir os seguintes objetivos específicos:

- a) Analisar a gestão de grupos de artesãos.
- b) Identificar os materiais utilizados para o desenvolvimento de produtos.
- c) Identificar as técnicas artesanais utilizadas.
- d) Comparar diferenças e semelhanças nos processos técnicos e de gestão de grupos que passaram por intervenção de designers e outros que ainda não foram submetidos a esse tipo de ação.

1.3 Objeto de Estudo

Como objetos de estudo, além da análise de estudos já realizados em outras regiões do país, foram pesquisados seis grupos de artesãos do Rio Grande do Sul que já tiveram intervenções de designers, que não tiveram contato com designers e também grupos que trabalham de forma terceirizada para designers. São eles:

Com intervenção de designers:

1. Grupo Favos do Sul (São Borja).
2. Projeto Canoa (Canoas).
3. Araucária (Região dos Campos de Cima da Serra).

Sem intervenção de designers:

1. Tramas e Cores (Porto Alegre).

Com trabalho terceirizado:

1. Grupo Crescendo Junto (Porto Alegre).
2. Amigas Arteiras (Esteio).

Destarte, cabe destacar que a pesquisadora é Bacharel em Design de Produto e trabalha com design e artesanato, sendo exposto no final da dissertação o ponto de vista da pesquisadora quanto à sua experiência prática e seu ponto de vista em relação à intervenção do design no artesanato.

É relevante informar que há falta de grupos de artesãos na região com perfis parecidos, como: tempo de formação, número de componentes e outras características que pudessem nivelar a condição dos grupos.

1.4 Resumo do Método de Pesquisa

O método de pesquisa usado para conduzir a elaboração deste trabalho foi através de múltiplos estudos de caso. Como cita Gil (2008), o estudo de caso serve também para “explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos”. Sob a pena de haver generalização com uma amostragem pequena de grupos de artesãos, foi proposto trabalhar com uma amostra de oito grupos para obter-se uma visão maior sobre o tema pesquisado.

Para a captação de resultados foram usadas técnicas como questionários, entrevistas e observações realizadas pela pesquisadora, com os integrantes dos grupos de artesãos a fim de levantar dados que subsidiem este trabalho.

A fim de realizar uma pesquisa melhor embasada, que pôde contar com recursos além dos estudos de caso, baseou-se nas seguintes etapas:

- a) Pesquisa bibliográfica.
- b) Visitas a grupos de artesãos que utilizam projetos de design, ou não, para artesanato.
- c) Entrevistas com os artesãos e designers.
- d) Levantamento de dados junto às instituições que auxiliam as comunidades.
- e) Levantamento de dados nos grupos com o objetivo de alavancar informações sobre a gestão, materiais utilizados, técnicas usadas, produtos elaborados e distribuição do trabalho entre os integrantes dos grupos.

1.5 Distribuição dos Capítulos

No primeiro capítulo, está disposta a introdução, identificação do problema, objetivos e questões da pesquisa, apresentação do método de pesquisa e objeto de estudo.

No segundo capítulo, a fundamentação teórica. São apresentados conceitos através da revisão bibliográfica de autores que, refletem em temas relacionados a gestão, artesanato, design e artesanato e método de pesquisa, auxiliando na abordagem dos estudos de caso.

No terceiro capítulo, o método de pesquisa. São abordados os critérios que auxiliarão na coleta de dados e orientarão a análise das mesmas.

No quarto capítulo, os resultados, parciais e finais. São apresentados os resultados de pesquisa piloto que auxiliaram no aprimoramento para a pesquisa.

No quinto capítulo, a discussão de resultados. É relatada a experiência profissional da pesquisadora que contribui na percepção da organização dos grupos pesquisados.

No sexto capítulo, as conclusões da pesquisa realizada e as proposições para trabalhos futuros.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Na revisão de literatura deste trabalho são abordados os temas: gestão, artesanato, linha do tempo do artesanato, design e artesanato e métodos de pesquisa; todos relacionados de modo a embasar os resultados e as discussões subsequentes. A pesquisa através de autores que fizeram reflexões acerca destes temas possibilitou reunir conhecimento auxiliando na abordagem dos objetos de estudo.

2.1 Gestão

Através da gestão, pretende-se compreender seu conceito e como ela deve acontecer dentro de uma empresa ou cooperativa. A união de conhecimentos, técnicas e habilidades em um projeto, requer o seu gerenciamento.

A essência das tarefas da gestão de projeto é unir o trabalho de diferentes setores dentro de uma empresa, ou seja, reunir e colocar em funcionamento os diversos tipos de habilidades e técnicas das pessoas envolvidas no projeto. Para isso, às vezes, é necessário identificar as falhas do projeto para buscar novas alternativas para o funcionamento. Segundo Valle *et al.* (2007, p.27), “o segredo é aprender o máximo possível com as falhas das outras pessoas e utilizá-las para tentar influenciar o futuro”.

De acordo com as palavras de Valle *et al.* (2007):

Um projeto é formado por um esforço, não-permanente, ou seja, temporário, para a criação de um produto ou serviço. Como não é permanente, podemos afirmar que todos os projetos deveriam contar um início, um desenvolvimento e um fim bem definidos. O projeto é finalizado quando seus objetivos são alcançados, quando não for mais necessário ou quando ficar bem claro que seus objetivos não poderão ser atingidos ou não é compensador ir em frente. (VALLE *et al.*, 2007, p.28).

Conforme Valle *et al.* (2007, p.46), “pela primeira vez na história, as habilidades mentais substituem as habilidades físicas como principal fator determinante no processo”, ou seja, a valorização do trabalho em que dedicação e pesquisa superam o trabalho unicamente “braçal”, o planejamento do trabalho pode revelar potenciais, como as habilidades em técnicas artesanais, por exemplo. A boa

organização do trabalho poderá visualizar melhor as oportunidades e focalizar os resultados com maior precisão.

2.1.1 Gestão de Grupos de Artesãos

Percebendo-se, através da experiência profissional da pesquisadora, que o artesanato passa por um período de conquista de espaço, houve a intenção de levantar dados sobre esta questão junto a alguns grupos de artesãos do Rio Grande do Sul. Conforme citado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior deste País, os artesãos detêm grande parte dos conhecimentos de processos produtivos tradicionais e esses produtos, hoje, devem atender novos mercados.

Os artesãos foram os guardiões de grande parte dos conhecimentos relativos aos processos de produção tradicionais empregados em todo o país. Por isso, hoje, esses produtos atendem novos nichos de mercado onde a identidade passa a ser um valor a ser conquistado num mundo onde a padronização e a globalização ameaçam a individualidade e a diversidade cultural.¹

O artesanato é grande gerador de renda para muitos artesãos, porém, esses profissionais não possuem preocupação ou ainda não tiveram oportunidade de capacitação para organizar vendas, produção, linhas de produtos e outros fatores fundamentais para o bom funcionamento de uma unidade produtiva e geradora de renda. Conforme relatado em SEBRAE (2007, p.14), “a atividade artesanal é viável e auto-sustentável, mas para que aconteça realmente devemos estar capacitados e organizados, pois somos agentes de ação econômica e, principalmente, representantes da cultura de um povo”.

Como cita Barroso (2009), “Artesão que não cumpre prazos, que atrasa na entrega das encomendas, que não mantém a qualidade constante de seus produtos e que muda os preços constantemente está fadado ao fracasso”, ou seja, para vender sempre é necessário haver uma organização e uma caracterização de qualidade no produto garantindo prazo de entrega e preços.

Alguns grupos já tiveram a intervenção de designers, entretanto, buscaram-se informações a respeito do nível de capacitação dos artesãos fundamentados em

¹ <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=4&menu=2047>. Acesso em 11/10/2009

design e artesanato, ou seja, se os mesmos perceberam diferença nas vendas e nos produtos e se consideram importantes essas intervenções. Segundo Borges (2003), o artesanato é um patrimônio de grande valor, mas que não pode ficar congelado no tempo e, nessa transformação respeitosa, entra o papel do designer.

Um dos desafios dos projetos do design para o artesanato, além da melhora dos produtos, é de fato aumentar a renda dos envolvidos no projeto. Como citado por Botelho (2005), um projeto de intervenção de design deve trabalhar a partir de uma demanda de mercado.

Um projeto de intervenção no artesanato deve trabalhar a partir de uma demanda de mercado, conjugando-as com as questões da produção artesanal, com a vocação da comunidade, a vocação da matéria-prima e a vocação do fazer manual. Sempre preservando a identidade e os valores culturais que aquele artesanato traz. (BOTELHO, 2005, p.35)

Segundo Barroso (2002), os produtos artesanais sempre saíram das mãos do artesão direto às mãos de quem o consumia. Hoje, esse ciclo foi interrompido por intermediários (lojistas, designers, gestores, dentre outros), devendo-se preocupar com as etapas da cadeia de produção para que haja o bom funcionamento do trabalho artesanal.

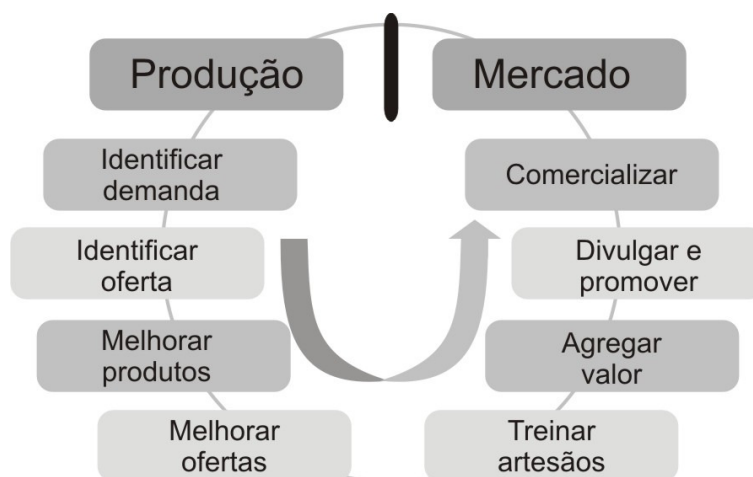


Figura 1 – Cadeia de produção

Adaptado de: Barroso, 2002, p.36

Conforme demonstrado na figura 1, adaptada de Barroso (2002), deve-se identificar a demanda (quem compra, por que, onde e quanto está disposto a pagar), identificar a oferta (quem faz o produto que o público deseja, a sua qualidade, a

quantidade e o valor), melhorar produtos (adequar função, uso e aparência de acordo com o gosto do consumidor), melhorar processos (racionalizar a produção: substituir matéria-prima escassa, introduzir novas técnicas), treinar artesãos (introduzi-los ao associativismo, proporcionar o ensinamento de técnicas de formação de preço, gestão e comercialização), agregar valor (desenvolver embalagens adequadas), divulgar e promover (posicionar adequadamente os produtos) e comercializar (descobrir novos canais de venda e redistribuir os lucros).

À medida que há a necessidade dos grupos em aumentarem a produção e comercialização, surgem problemas administrativos como a falta de organização, pois, geralmente, não há uma pessoa encarregada de exercer essa função. Segundo Valle *et al.* (2007, p.56), “sem a presença de uma pessoa cuja função é direcionar o esforço global, interesses e diferenças pessoais podem levar à falta de alinhamento em relação aos objetivos do projeto”.

Mas o que seria um projeto bem-sucedido? De acordo com Valle *et al.* (2007, p.57), um projeto bem-sucedido é aquele que:

- a) Produziu todas as entregas planejadas;
- b) Foi completado dentro do cronograma aprovado;
- c) Foi executado dentro do orçamento aprovado;
- d) Foi entregue de acordo com todas as especificações funcionais de performance e de qualidade;
- e) Alcançou todas as suas metas, objetivos e propósitos;
- f) Atingiu todas as expectativas das partes interessadas.

Esses parâmetros podem ser considerados para qualquer área de trabalho e tamanho do grupo envolvido no projeto. Como citado no Termo de Referência do Artesanato do SEBRAE (2004):

O artesão, ao produzir uma peça, está preocupado com a possibilidade de conseguir seu sustento e de sua família. Um artesão é, acima de tudo, um fabricante de artefatos e, portanto, sujeito às regras do mercado. O artesanato, enquanto produto com valor de troca obedece às leis universais da oferta e da procura. E o mercado rejeita aquilo que não corresponde às suas expectativas de consumo. (SEBRAE, 2004, p.19).

Normalmente, quando os grupos iniciam suas atividades, onde, na maior parte das vezes, os integrantes buscam aumentar a renda familiar, não se tem uma organização rigorosa na administração, porém, isso pode ser aperfeiçoado ao longo

do trabalho. Segundo Sanchez, (2006, p.12, tradução da autora), “o conceito de organização é o “aperfeiçoamento interno”, parte de uma estratégia da empresa que inclui os elementos essenciais da teoria de gestão de como se organizar para realizar um conceito de negócio de forma eficaz”.

Para Freitas e Romeiro Filho (2004), o diferencial da união do designer e do artesão poderia estar nos cuidados para adequação dos métodos do desenvolvimento dos produtos:

A metodologia de um artesão para esta atividade é, a partir da ideia, da concepção, construir a peça. Para os profissionais que atuam no planejamento do produto, o ato de projetar representa articular todos os aspectos que envolvem o produto a fim de ter mais garantias sobre a boa aceitação no mercado. Da mesma forma que na produção industrial, o processo de desenvolvimento de produtos para o setor artesanal também é sustentado pela renovação contínua de linhas de produtos. (FREITAS, ROMEIRO FILHO, 2004, p.351)

Os grupos podem ser formados por diferentes classificações profissionais de artesãos, ou seja, dentro deste segmento há distinção entre os tipos de atuação, tempo de serviço, que, segundo o Termo (SEBRAE, 2004, p.26), a organização do trabalho artesanal pode ser classificada da seguinte forma:

- a) Mestre-artesão: indivíduos que tornaram notáveis em seu ofício e passam seus conhecimentos para outras pessoas;
- b) Artesão: detentores de conhecimento de técnicas e materiais e conhecem todo processo produtivo;
- c) Aprendiz: auxiliar das oficinas de produção;
- d) Artista popular: antes de tudo, ele é um artesão, pois precisa saber fazer os trabalhos de sua área de atuação. O seu trabalho tem coerência temática e filosófica e procura sempre ir além do conhecido.

Caso o grupo de artesãos não consiga contratar um gerente de projetos, será necessário que um integrante do grupo desenvolva essa atividade, mesmo que ainda produza objetos artesanais além das atividades administrativas. Como cita Valle *et al.* (2007, p.55), “o gerenciamento de projetos pode ser uma profissão, um trabalho ou uma atividade, dependendo do perfil da organização”. Diante disso, o gerente de projetos é aquele envolvido na liderança das atividades do projeto, através de suas iniciativas, planejamento, execução, controle e encerramento.

Conforme relatado na pesquisa de Aguiar (2002, p.53), por artesãos das centrais de artesanato Mão Gaúcha (Brasil – Rio Grande do Sul), Mãos de Minas (Brasil – Minas Gerais) e *Manos Del Uruguay* (Uruguai), um dos fatores essenciais para o bom funcionamento de um grupo de artesãos é “... a necessidade de ter na gestão das centrais, nos cargos de diretoria e nos administrativos, profissionais qualificados para o exercício das diversas funções, incluindo artesãos”.

Independente dos tipos de profissionais artesãos envolvidos no projeto existe a classificação dos grupos que, conforme relacionado no Termo (SEBRAE, 2004, p.27), classifica-se da seguinte forma:

- a) Núcleo de produção familiar: o grupo de trabalho é constituído por pessoas da mesma família;
- b) Grupos de produção artesanal: agrupamento de artesãos que atuam no mesmo segmento de artesanato ou segmentos diversos;
- c) Empresa artesanal: núcleos de produção que evoluíram para a forma de micro ou pequena empresa com personalidade jurídica;
- d) Associação: uma associação é uma instituição de direito privado sem fins lucrativos com o objetivo de lutar pelos interesses de seus associados;
- e) Cooperativa: são associações de pessoas com números incertos, que se unem para normalizar atividades de interesse comum. No caso das cooperativas de artesãos, é a busca de maior eficiência na produção.

Aguiar (2002), na sua pesquisa voltada para Centrais de Artesanato, onde há a necessidade de estruturação jurídico-legal, classifica os tipos profissionais da seguinte forma:

- a) Artesão: profissional que detém o conhecimento do processo de criação e/ou produção de peças artesanais;
- b) Empresa artesanal: pessoas jurídicas e firmas individuais constituídas com o objetivo de criar e elaborar produtos artesanais;
- c) Cooperativa: sociedade de pessoas com fins econômicos;
- d) Associação: sociedade de pessoas sem fins econômicos cuja finalidade é representar e defender os interesses dos associados;

- e) Central de artesanato: uma estrutura de prestação de serviço que possui personalidade jurídica de associação ou cooperativa. Pode congrega uma ou mais associações a ela cadastradas.

Uma das diferenças percebida entre as duas definições é que Aguiar (2002) voltou-se às produções com estrutura jurídico-legal, excluindo o núcleo de produção familiar e os grupos de produção artesanal que ainda não estão regulamentados sob a ótica jurídico-legal. Ainda assim, essas duas formatações de trabalho são tão importantes quanto às outras, pois podem se tornar grupos artesanais regulamentados.

Outra diferença é que na definição do Termo de Referência (SEBRAE, 2004), não estão incluídas as Centrais de Artesanato, pois os mesmos tiveram uma ótica voltada à formação de grupos de artesãos e não a quem os subsidia.

Segundo Cabral (2007), as ações realizadas para o artesanato incentivam grupos para a formação de associações e cooperativas buscando capacitar em gestão e demais melhorias necessárias para o grupo.

As ações visando ao incremento dessa produção incluem o incentivo ao cooperativismo e ao associativismo, à capacitação em gestão e empreendedorismo, como cálculo do custo e do preço de venda da mercadoria e criação de banco de insumos (reserva de matérias-primas necessárias à confecção do produto), melhoria técnica e formal do produto, adequação à sustentabilidade ambiental, como o uso de tecnologias limpas e não poluentes, capacitação no manejo e manutenção de recursos naturais e outros (CABRAL, 2007, p.59).

Entende-se que, em grupos, os artesãos conseguem melhor organizar-se, já que, além de uma produtividade maior, existe mais dedicação com a produção em termos de qualidade, técnicos e formais, pois, segundo a pesquisa realizada por Aguiar (2002), os artesãos dos grupos pesquisados pela mesma, ressaltaram a “...necessidade de apoiar a formação e consolidação de cooperativas ou associações capazes de agregar os produtores artesanais”.

Ainda, segundo o relato dos artesãos da pesquisa realizada por Aguiar (2002), a iniciativa de apoiar a formação de grupos consolidados, evita ações individualistas, ou seja, evita a inserção de indivíduos despreparados para o mercado. Conforme relatado por Aguiar (2002, p.57), os artesãos declaram como mais importante e mais difícil, a comercialização do artesanato, devido ao risco de investir em um produto sem o retorno esperado.

Enfim, pode-se considerar que as intervenções realizadas em grupos de artesãos, por designers e gestores, podem trazer melhorias para toda a comunidade relacionada ao grupo, ou seja, conforme citado por Botelho (2005):

As intervenções realizadas no artesanato pretendem promover o desenvolvimento local a partir do desenvolvimento dos grupos de artesãos, esse desenvolvimento reflete na comunidade, que reflete na microrregião, no município, e assim por diante (BOTELHO, 2005, p.37).

Não se pode prender-se ao artesanato de forma a não mais atrair o consumidor pela falta de inventividade e conexão com a atualidade, conforme citado por Barroso (2009):

Muitas pessoas ainda pensam que o artesanato não deve mudar e que deve manter-se fiel às tradições. Este pensamento, aplicado literalmente, serve apenas para perpetuar a mesmice e a pobreza. A cultura é um processo dinâmico e vivo e não se pode pensar em aprisionar o artesanato em técnicas, formas, cores e motivos que pertenceram a uma determinada época do passado (BARROSO, 2009).

Segundo Barroso (2009), falando sobre como deveria ser realizado o trabalho de designers em grupos de artesãos, "...com a colaboração de designers experientes que possam preservar as características técnicas, sociais e culturais que os produtos artesanais possuem através de seus vínculos à cultura local. Inovar sem descaracterizar". Assim, os projetos elaborados para o aperfeiçoamento dos produtos artesanais, não só melhoram a vida do artesão, mas também auxiliam o desenvolvimento de toda comunidade em que o grupo está inserido.

2.2 O Artesanato e suas categorias

O artesanato e suas categorias passaram a fazer diferença entre os grupos de artesãos, pois o artesanato traz consigo cultura, expressando o trabalho de artesãos ou comunidades que têm como característica o trabalho manual passado de geração em geração. São técnicas e materiais que referenciam um local, uma cultura e, por isso, fazem referência ao regionalismo. As categorias artesanais são resultados de mudanças sociais e econômicas. Segundo Ruth Cardoso (2000):

O artesanato é uma atividade econômica de grande potencial, além de instrumento inestimável no processo de fortalecimento ou recuperação de

identidades culturais regionais. Pode não enriquecer ninguém, mas as famílias e comunidades envolvidas na produção artesanal têm nela um instrumento que as ilumina em toda a sua dignidade, além de auxiliar no equilíbrio de condições adversas de subsistência resultantes do clima, isolamento e esquecimento (CARDOSO, Ruth, 2000).

Como o artesanato se manifesta de várias formas, é possível classificar alguns deles de acordo com suas características físicas, forma de trabalho do artesão e expressão cultural. Como salientado por Lima (2005), no mundo contemporâneo existe vários objetos que se pode classificar como artesanato:

...o objeto artesanal é definido por uma dupla condição: primeiro, o fato de que seu processo de produção é em essência manual. São as mãos que executam basicamente todo o trabalho. Segundo: a liberdade do artesão para definir o ritmo da produção, a matéria-prima, a tecnologia que irá empregar, a forma que pretende dar ao objeto, produto de sua criação, de seu saber, de sua cultura (LIMA, 2005, p.2).

O SEBRAE, em 2004, elaborou o Termo de Referência do Artesanato, a partir dos relatórios de oficinas regionais realizadas pelo programa SEBRAE de artesanato, passados cinco anos de sua implantação (1999-2003), onde se configura a consolidação do programa nas 27 Unidades Federativas do país. As ações desempenhadas marcam a presença do SEBRAE em 16,6% dos municípios brasileiros que, nesse período, capacitou 90.000 artesãos em suas oficinas de capacitação.

Deste relatório, foram extraídas as classificações do artesanato, que são usadas com frequência por outras instituições de fomento. Entretanto, é declarado neste termo que as ações vêm sendo desenvolvidas com conceitos, abordagens diferentes, sem unidade entre os Estados, o que gerou dificuldade na continuidade do programa no País como um todo e que será necessária uma atuação que visa integrar as ações dos 27 Estados.

A falta de diretrizes, metodologias de intervenção e de critérios na apuração de indicadores comprometem a mensuração adequada dos resultados e o conseqüente processo de tomada de decisões, tendo em vista que cada Estado tem utilizado parâmetros próprios, não compartilhados com os demais (SEBRAE, 2004, p.11).

Ainda assim, com a dificuldade de analisar de forma conjunta e coesa as intervenções feitas pelo programa nos 27 Estados brasileiros, o Termo de Referência foi escolhido pela abrangência que o programa possui e também pelo

fato de fazer um mapeamento inicial do segmento artesanal, porém, sabe-se que existem outros programas desse tipo.

Segundo o termo, as categorias dos produtos artesanais são definidas de acordo com seu uso, origem e destino. Desta forma, foi dividido da seguinte forma (tabela 1):

Tabela 1 – Divisão das categorias artesanais.

	Arte Popular	Trabalhos Manuais	Artesanato
Produção	Produção de peças únicas	Produção assistemática	Produção de pequenas séries com regularidade
Produtos	Arquétipo	Reprodução ou cópia	Produtos semelhantes, porém diferenciados entre si
Ocupação	Compromisso consigo mesmo	Ocupação secundária	Compromisso com o mercado
Novos produtos	Fruto da criação individual	Fruto da destreza	Fruto da necessidade

Adaptado de: Termo de Referência do Artesanato (SEBRAE, 2004, p.21).

2.2.1 Arte popular

Os artistas populares, em geral, são os que primeiro colocam em evidência o lugar onde vivem. Uma de suas grandes preocupações é ver seu trabalho valorizado e reconhecido. Pode-se dizer que um dos grandes valores da arte popular é a documentação do modo de vida do lugar onde vivem.

A arte popular mostra-se diferente do artesanato, pois o artista tem preocupação com a originalidade e, para o artesão, essa é uma preocupação eventual. Tanto o artista quanto o artesão necessitam dominar a matéria-prima, porém, o artista quando encontra o modelo desejado não se preocupa em multiplicá-lo. Já o artesão, quando chega a um resultado que o agrada, passa a fazê-lo repetidamente. Outra diferença, citada por Botelho (2005, p.17), está no propósito comercial de cada um, o artesanato, em geral, tem foco na geração de renda,

enquanto a arte popular, além de estar destinada a um público específico, representa a forma de expressão do artista. Contudo, o artista popular também necessita comercializar suas peças, pois, assim como o artesão, ele necessita sobreviver.

Segundo o Termo de Referência do Artesanato (SEBRAE, 2004, p.21), a arte popular é um “conjunto de atividades poéticas, musicais, plásticas e expressivas que configuram o modo de ser e de viver do povo de um lugar”, o que também afirma a contemporaneidade de seus objetos. Conforme mencionado por Mascelani (2008):

A noção de arte popular não designa um estilo artístico, uma técnica ou sequer um tipo único de objeto. Ao contrário, circunscreve um campo de produção que estabelece conexões com diferentes linguagens artísticas em que a criatividade e a autoria individual ocupam lugar central (MASCELANI, 2008, p.21).

Um exemplo de artista popular que se destacou na arte popular brasileira é Mestre Vitalino (Vitalino Pereira dos Santos, 1909-1963), ceramista pernambucano que retratava o cotidiano da população de Pernambuco (figura 4). No relato de Mascelani (2008, p.99): “Vitalino consagrou-se como um artista inventivo e suas obras, que instigaram seus contemporâneos, continuam a encantar novas gerações”.



Figura 4 – Retirantes. Mestre Vitalino. Década de 60.

Fonte: www.itaucultural.org.br²

² http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_ic/index.cfm?fuseaction=artistas_obras&acao=mais&inicio=1&cont_acao=1&cd_verbete=4457. Acesso em 13/09/2009.

Outro exemplo, mais contemporâneo, é de Dona Zezinha, do Vale do Jequitinhonha (Minas Gerais), como relatado por Mascelani (2008, p.170), aprendeu a trabalhar o barro com sua mãe. Hoje, é uma artista muito requisitada e recebe tantos pedidos de suas obras e que nem sempre tem condições de atendê-los. Suas bonecas se caracterizam por traços delicados, também exibidas no jardim da sua casa, ou seja, ela expõe suas criações no jardim, em árvores, atraindo a atenção de quem passa por lá (figura 5).



Figura 5 – Jardim da casa da Artista Zezinha do Vale do Jequitinhonha.

Foto: Lucas Van de Beuque

Segundo Barros (2006, p.32), “os artistas populares iniciam um processo de criar marcas inconfundíveis em seus trabalhos e, também, de imprimir assinatura às suas criações”. Esses artistas podem ser vistos como propulsores de uma marca, iniciadores de uma forma de fazer o artesanato, em grande parte das vezes, seguidos pelos demais artesãos. Os artistas populares preocupam-se em registrar sua marca nos seus objetos e ter seu trabalho reconhecido.

2.2.2 Trabalhos Manuais

O artesanato doméstico ou trabalhos manuais têm uma produção desordenada e descontinuada, pois, geralmente, são tidos como atividade secundária e os artesãos produzem de acordo com sua aspiração, sem conceito, sem muitas pretensões de comercializar, sem compromissos com prazos ou com as necessidades do mercado. Como é apontado no Termo de Referência do Artesanato

(SEBRAE, 2004, p.21), “os trabalhos manuais exigem destreza e habilidade, porém, utilizam moldes e padrões pré-definidos resultando em produtos de estética pouco elaborada”.

Barroso (2002) cita o artesanato doméstico: “seu valor enquanto mercadoria é a expectativa compensatória da habilidade e paciência de quem o executa, não estando relacionados a aspectos culturais relevantes”. No artesanato doméstico, o desenvolvimento de produtos, normalmente, é oriundo de motivos pré-definidos, destinados ao artesanato doméstico e encontrados com facilidade no comércio, como, por exemplo, na figura 6, panos de prato comercializados no Brique da Redenção, em Porto Alegre/RS. Um dos panos de prato possui bordado que faz lembrar frutas que não são típicas desta região, a fonte de inspiração não foi a flora local.



Figura 6 – Panos de prato bordado com motivos pré-definidos.

Fonte: Foto da autora, no Brique da Redenção – Porto Alegre/RS

Os materiais e técnicas utilizadas são facilmente reproduzíveis e, por isso, tão difundidos entre os artesãos dessa categoria. Como os trabalhos ficam carentes de originalidade, são pouco valorizados pelo mercado consumidor.

2.2.3 Artesanato

O artesanato é um método que reúne diversas técnicas trabalhadas inteiramente manuais ou pode contar com o auxílio de algum instrumento. O artesanato diferencia-se dos trabalhos manuais. Como observa Barroso (2002),

“...uma atividade manual é em geral uma ocupação secundária, utilizando-se o tempo livre ou ocioso, com o objetivo principal de completar a renda familiar, enquanto o artesanato é a atividade principal de quem o produz”, sendo que o artesanato traz em sua bagagem valor cultural e atividade manual e, em geral, tem produtos que resultam apenas da paciência e tempo empregados. Segundo Santos (2007):

O artesanato, além de ser um sinal vivo da identidade nacional, a produção artesanal garante, em inúmeras cidades do país, o sustento de centenas de pessoas. Essa atividade tem elevado potencial de ocupação e geração de renda, em todos os Estados, posicionando-se como um dos eixos estratégicos de valorização e desenvolvimento dos territórios onde se encontra (SANTOS, 2007, p.47).

Trabalhar com produtos artesanais que exprimem referência cultural é uma possibilidade de renda que também leva um pouco de cada artesão. O comprador de artesanato adquire um produto com alma, a tradução do trabalho que vem sendo trazida durante muitas gerações, a emoção do artesão na confecção de um produto exclusivo, pois, entre um produto e outro, mesmo sendo de grande semelhança, sempre há uma peculiaridade. Segundo Santos (2007, p.47), “em seu ofício, cada artesão dá sentido ao seu trabalho, representa seu lugar no mundo e contribui para a construção de uma identidade própria do artesanato nativo”.

Segundo o diagnóstico do setor de artesanato do SEBRAE/DF (2003, p.9), “artesanato é o modo de fazer coisas com as mãos, ao contrário do modo de produção industrial”. Paz (1991) define a importância do objeto artesanal da seguinte forma:

...feito com as mãos, o objeto artesanal conserva, real ou metaforicamente, as impressões digitais de quem o fez. Essas impressões são a assinatura do artista, não um nome; nem uma marca. São, antes um sinal, a cicatriz quase apagada que comemora a fraternidade original dos homens (PAZ, 1991, p.51).

Pode-se dizer que no artesanato o resultado final do objeto depende, em grande parte, da habilidade do artesão. O artesanato é uma das formas mais espontâneas da expressão de um povo. Em cada região, de um mesmo país, é possível encontrar diferentes formas de artesanato traduzindo a cultura local.

Na definição do dicionário da língua portuguesa, Holanda (2004, grifo da autora), descreve que **artesanato** significa a técnica, o tirocínio ou a arte do artesão ou, ainda, o produto do trabalho do artesão; objeto, ou conjunto de objetos feitos artesanalmente. Através do artesanato pode estar expresso, não somente a técnica e a habilidade do artesão, mas, também, ser um objeto de referência cultural. Para Borges (2003):

O artesanato exprime um valioso patrimônio cultural acumulado por uma comunidade ao lidar, através das técnicas transmitidas de pai para filho..., com materiais abundantes na região e dentro dos valores que lhes são caros. Por tudo isso, ele acaba se tornando um dos meios mais importantes de representação da identidade de um povo (BORGES, 2003, p.64).

Percebe-se que Borges (2003) coloca o artesanato como uma das formas de valorização cultural, transmitindo técnicas de geração para geração representando a identidade regional. Diferente dos produtos globalizados e industriais, o artesanato transmite valores, muitas vezes, identificando a cultura local, o artesanato pode ter também o papel de atrativo turístico, ou seja, dar características da sua região ao produto. De acordo com Canclini (2000):

Nunca houve tantos artesãos, nem músicos populares, nem semelhante difusão do folclore, porque seus produtos mantêm funções tradicionais (dar trabalho aos indígenas e camponeses) e desenvolvem outras modernas: atraem turistas e consumidores urbanos que encontram nos bens folclóricos signos de distinção, referências personalizadas que os bens industriais não oferecem (CANCLINI, 2000, p.22).

Canclini coloca o artesanato como difusor de cultura, pois mantém em sua essência funções tradicionais, como dar trabalho a indígenas e camponeses, embora, hoje, o artesanato esteja sendo muito difundido em centros urbanos. Ainda pode ser um atrativo de turistas e pessoas que buscam produtos distintos, diferentes dos industrializados, conforme cita Barroso (2009).

Uma mudança na mentalidade dos consumidores já pode ser percebida, que não veem mais o artesanato apenas como produtos de baixo valor para compradores das classes C e D. O artesanato brasileiro está consolidando uma posição de destaque no mercado mundial. Para muitos consumidores esclarecidos, o artesanato passou a ser sua opção de compra número um, substituindo produtos industriais de origem desconhecida, impessoais, massificados e sem uma história para contar. Apesar dos grandes avanços verificados, ainda existe muita coisa para ser feita, já que esta é uma mudança cultural e isso leva tempo para ser concluída (BARROSO, 2009).

Como citado por Yair, Tomes e Press (1999, p.378, tradução da autora), “teóricos contemporâneos têm reavaliado o valor do conhecimento de artesanato, sugerindo a sua crescente relevância em relação às mudanças no consumo de valores”. Pode-se dizer que o valor do artesanato tem crescido em relação aos valores do consumo. Segundo Barroso (2009), “hoje, os consumidores querem ser surpreendidos por algo que lhes toquem o coração e a mente e que seja diferente daquilo que já conhecem”. Ou seja, existe uma mudança em relação aos produtos consumidos, um possível olhar mais cuidadoso ao artesanato e menos pretensioso aos produtos industrializados. Conforme descrito por Paz (1991, p.56), “a volta do artesanato nos Estados Unidos e na Europa é um dos sintomas da grande mudança da sensibilidade contemporânea”.

Muitos artesãos trabalham individualmente enquanto outros se organizam em grupos para agregar mais trabalhos e, assim, ser mais rentável a todos. Mesmo em grupos, as técnicas artesanais permanecem. Além disso, algumas das características da organização do grupo, além da rentabilidade, são as trocas de habilidades e experiências, fazendo dessa organização mais uma forma de dissipar o artesanato. No diagnóstico do setor de artesanato do SEBRAE/DF (2003), lê-se:

...não é só a ausência da máquina que caracteriza o artesanato, mas também a organização social da produção, ou seja, a maneira pela qual aquelas pessoas se organizam (ou até como não se organizam) para produzir o seu sustento, também é um fator para a definição de quem é ou não um artesão (SEBRAE, 2003, p.10).

Nesse diagnóstico do SEBRAE, a afirmação citada coloca que a característica de ser ou não artesanato, não acontece apenas pelo não uso de máquinas, mas, também, pela forma que as pessoas se organizam para produzir o sustento. Ainda pode-se dividi-lo em categorias, algumas delas, citadas a seguir.

2.2.3.1 Artesanato indígena

O artesanato indígena é bem peculiar. As técnicas são usadas durante gerações na sua cultura, assim como os produtos possuem características que vêm sendo trazidas há décadas pelas famílias indígenas. Como relatado no Termo de Referência do Artesanato do SEBRAE Nacional (2004), o artesanato indígena:

São os objetos produzidos no seio de uma comunidade indígena, por seus próprios membros. É, em sua maioria, resultante de uma produção coletiva, incorporada ao cotidiano da vida tribal, que prescinde da figura do artista ou do autor (SEBRAE, 2004, p.22).

Com a produção conjunta realizada no dia-a-dia da tribo, elimina-se o autor do objeto, caracterizando a produção coletiva, característica peculiar dessa categoria de artesãos.

Como aponta Rodrigues (2006, p.29), “a tecnologia da produção material indígena está tradicionalmente relacionada com o artesanato utilitário, ou seja, com as necessidades de provimento da subsistência e de conforto”. Para estas comunidades, não é comum produzir objetos que sejam apenas para apreciação, mas sim, produtos que visam facilitar a sua sobrevivência, bem como usar matérias-primas disponíveis. Ainda, segundo Rodrigues (2006):

Outra característica importante desta produção com fins utilitários é que este saber técnico retém o acervo das experiências passadas pela repetição fiel de cada item formal. O produtor participa de todo o processo de criação e da produção, desde a coleta da matéria-prima até o produto final. Esses objetos refletem o desenvolvimento técnico de uma tradição, pois são frutos de uma cultura viva, autêntica e singular (RODRIGUES, 2006, p.29).

Sem dúvida, as manifestações indígenas representam a tradição de muitas gerações e o envolvimento dos membros da comunidade na produção integral de objetos elaborados artesanalmente.

A coleta de matéria-prima na natureza é um dos motivos que faz os cestos, feitos de fibras e palhas encontradas com facilidade e abundância, serem os objetos mais produzidos e, no entanto, com maior comercialização. Como, por exemplo, os cestos da tribo Baniwa, que fazem parte de um complexo cultural de 22 povos indígenas que vivem em aldeias localizadas na região dos afluentes do rio Negro, na Amazônia, sendo comercializados na rede de lojas Tok & Stok³ (Figura 7).

³ <http://www.tokstok.com.br/cgi-bin/WebObjects/TSVitrine.woa/wa/mostraJeito?ps=4,41,51013,51025>. Acesso em 18/08/2009.



Figura 7 – Cestos Baniwa vendidos nas lojas Tok & Stok.

Fonte: www.tokstok.com.br

2.2.3.2 Artesanato conceitual

Esse tipo de artesanato é aquele elaborado por pessoas (quase sempre da área urbana) que têm algum tipo de formação artística, seja científica ou empírica (normalmente com a sensibilidade mais aguçada). Seus produtos são produzidos a partir de um conceito e não se identificam com a cultura regional, são mais globalizados. Conforme relatado no Termo de Referência do Artesanato (SEBRAE, 2004, p.23), “a inovação é o elemento principal que distingue este artesanato das demais categorias”.

Normalmente, no trabalho desses artesãos são expressos estilo de vida ou ideologias. Segundo Barros (2006):

Configura-se nessa definição produtos que utilizam conhecimentos técnicos tradicionais, mas que não resultam de atividades tradicionais, não se limitam às formas já conhecidas e, com isso, possibilitam a inovação, que é o elemento em destaque nesse tipo de artesanato (BARROS, 2006, p.75).

Segundo Barroso (2002), “artesanato conceitual são objetos cuja finalidade é de externar uma reflexão, discurso ou conceito próprio de quem o produz, seja este um indivíduo ou comunidade”. No artesanato conceitual, o artesão não se limita a formas e materiais conhecidos e difundidos, procura inovar não somente nos formatos, mas, também, nos materiais. Como exemplo de artesanato conceitual,

podem-se citar os trabalhos da artista plástica e designer gaúcha, Anelise Bredow (Figura 8).



Figura 8 – Ovo e tubos de cerâmica Anelise Bredow.

Fonte: www.anelisebredow.com.br⁴

2.2.3.3 Artesanato de referência cultural

O artesanato de referência cultural é um dos segmentos mais promissores do artesanato, pois leva em si um pedacinho do local onde está sendo produzido. Segundo Barroso (2002), o artesanato de referência cultural:

Utiliza iconografia (símbolos e imagens) típica da região onde são produzidos, assim como, das técnicas de elaboração tradicionais, quando muito, acrescidas de certas inovações tecnológicas apenas com o objetivo de dinamizar sua produção sem, contudo, descaracterizá-los (BARROSO, 2002, p.29).

Muitos desses casos já recebem orientação de designers e profissionais que conduzem a produção valorizando a técnica e cultura local. Como, por exemplo, o grupo Bicho do Mar de Dentro que, inspirados na sua região e motivados a conscientizar as próximas gerações, artesãos dos municípios de Tapes, Camaquã, Rio Grande, Santa Vitória do Palmar e São Lourenço do Sul, com o auxílio de uma equipe de designers, desenvolveram uma coleção de produtos que retratam a flora e a fauna (figura 9)⁵.

⁴ Ver: <http://www.anelisebredow.com.br/2008/arteceramica.php>. Acesso em 20/08/2009.

⁵ Ver: <http://www.bichosmardedentro.com.br/home.php>. Acesso em 19/08/2009.



Figura 9 – Cachecol e Almofada Bichos do mar de dentro.

Fonte: www.bichosdomardedentro.com.br

Como já foi relatado, esse tipo de artesanato leva em si um pouco da cultura local, seus elementos iconográficos e seus traços mais representativos. Segundo o Termo de Referência do Artesanato (SEBRAE, 2004, p.23), “são produtos cuja característica é a incorporação de elementos culturais tradicionais da região onde são produzidos”.

Conforme cita Santos (2007):

As referências culturais e seus atributos estão cada vez mais valorizados, em um mercado globalizado que se mostra ávido por produtos diferenciados. Conhecer as origens, o passado e a história do produto artesanal, é descobrir um ponto de partida para a construção desta mesma identidade (SANTOS, 2007, p.47).

Segundo Lima (2005), “a condição de expressar flagrantemente uma identidade cultural dá a essa classe de objetos uma tremenda vantagem quando colocados frente a frente com outras categorias na disputa pelo mercado”. Em um mercado que se encontra cada vez mais saturado pela pasteurização dos produtos industriais, o artesanato de referência cultural pode ser uma alternativa de diferenciação dos produtos, pois traz nele um pouco da história de um local e também da dedicação do trabalho manual do artesão.

2.2.3.4 Artesanato tradicional

Esse tipo de artesanato é encontrado em maior demanda e tem muita importância social, econômica e cultural, pois, neste segmento, está concentrado um

grande volume de mão-de-obra. O trabalho, normalmente, acontece dentro do grupo familiar ou entre vizinhos, em pequenos grupos, o que torna fácil a troca e transmissão de técnicas e materiais utilizados. Segundo o Termo de Referência do Artesanato (2004):

Sua importância e seu valor cultural decorrem do fato de ser depositária de um passado, de acompanhar histórias transmitidas de geração em geração, de fazer parte integrante e indissociável dos usos e costumes de um determinado grupo (SEBRAE, 2004, p.22).

O trabalho desses artesãos, normalmente, resulta da experimentação, ou seja, testam materiais e formas até chegar ao resultado desejado. Nessa categoria do artesanato, apesar do trabalho acontecer em família ou pequenos grupos, não implica a contratação do trabalho de outras pessoas, seja na extração da matéria-prima ou comercialização dos objetos produzidos. Segundo Barroso (2002): “o artesanato tradicional geralmente pouco inova em termos formais ou nos processos de produção e refletem muitas vezes certo tipo de organização social”.

Um exemplo de artesanato tradicional é a Associação das Artesãs do Pontal de Coruripe, Alagoas, que produz cestos e outros objetos com a palha do ouricuri, palmeira nativa da região litorânea nordestina. A prática foi herdada dos indígenas e repassada de geração em geração e, hoje, representa uma fonte de ocupação e renda para a comunidade do Pontal (figura 10).



Figura 10 – Bolsas feitas pelas artesãs de Pontal de Coruripe com folhas de ouricuri.

Fonte: www.recantodopontal.com.br6

⁶ Ver: <http://www.recantodopontal.com.br/artesanato.html#foto>. Acesso em 21/08/2009, às 23h04min.

2.2.3.5 Produtos semi-industriais ou industriais

Muitos alegam que não existe artesanato de grande escala de vendas, pois a característica do mesmo seria a produção única e rudimentar. Esse pode ser considerado um pensamento ultrapassado. Podem ser considerados dois tipos de artesanato de grande escala: aquele feito com características “regionais” em grande escala de produção, repetidas vezes, para garantir vendas maiores e, portanto, maiores lucros, e, também, existe o mais recente, que é o artesanato produzido para a indústria, agregando valor humano aos produtos industriais. Esse é o chamado artesanato industrial.

Como é relatado no Termo de Referência do Artesanato (SEBRAE, 2004, p.22), “produção em grande escala, em série, com utilização de moldes e formas, máquinas e equipamentos de reprodução, com pessoas envolvidas e conhecedoras apenas de partes do processo”. Segundo o termo, essa categoria faz uso de equipamentos que auxiliam na reprodução de objetos artesanais e estão envolvidas pessoas que conhecem apenas parte do processo produtivo.

O objeto produzido em quantidade, repetidas vezes, com características artesanais, com o objetivo da comercialização em quantidade e, por isso, normalmente, os objetos têm baixo custo e são adquiridos por turistas como lembrança local. Esse tipo de artesanato é comercializado, por exemplo, no Brique da Redenção, no Parque Farroupilha, em Porto Alegre, Rio Grande do Sul (figura 11).



Figura 11 – Artesanato em *biscuit* e pintura em tecido do Brique da Redenção de Porto Alegre/RS

Fonte: Foto da autora.

Conforme análise da autora, o artesanato industrial, que está em ascensão, é o uso de partes artesanais em produtos industriais, ou seja, indústrias e designers usam artefatos produzidos artesanalmente para enriquecer seus produtos, agregando valor humano e fugindo da massificação dos produtos industriais (figura 12). Um exemplo de artesanato industrial é a cadeira Shadowy, do designer Tord Boontje, para Moroso (empresa italiana). No desenvolvimento da cadeira são usados tecidos e bordados feitos por artesãos africanos.

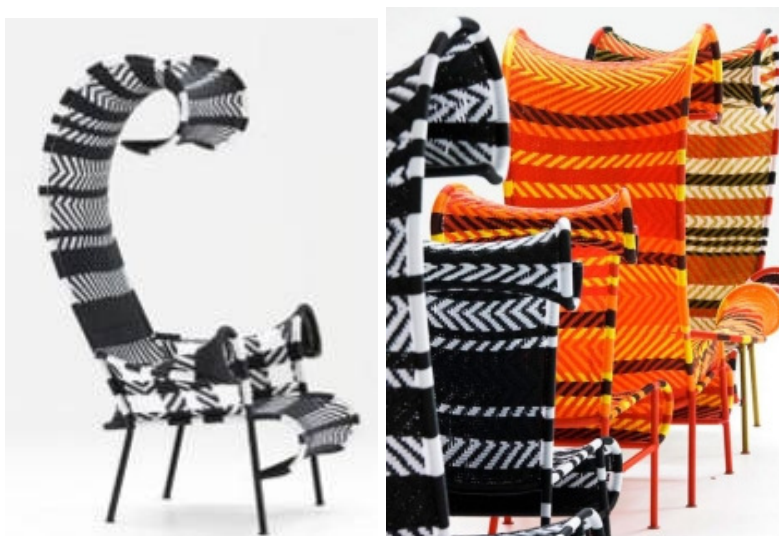


Figura 12 – Cadeira Shadowy produzida com bordados africanos.

Fonte: www.moroso.it⁷

Outro exemplo de artesanato industrial é a poltrona Oslo, da empresa alemã Dedon, desenhada por Jean-Marie Massaud. Em sua composição, o bordado, baseado na cultura filipina, é feito artesanalmente (figura 13).

⁷ Ver: http://www.moroso.it/home_moroso.php?n=products&model=184&tipologia=pol&l=it. Acesso em 22/08/09.



Figura 13 – (a) Poltrona Oslo desenhada por Jean-Marie Massaud. (b) Detalhe do bordado feito à mão.

Fonte: www.dedon.de⁸

2.3 Design e Artesanato

Observa-se que a junção do design e artesanato é uma união significativa e seu uso pode ser um ordenador social. Segundo Borges (2003):

...muitos objetos artesanais são verdadeiras lições aos designers industriais, pelas engenhosas soluções de projeto, por usarem quase sempre matérias-primas não prejudiciais ao ambiente e por “falarem ao coração de seus usuários”, na medida em que são objetos honestos, confiáveis e plenos de significado (BORGES, 2003, p.65).

Com o objetivo de esclarecer ainda mais o significado de “Design e Artesanato”, expõe-se o sentido do mesmo. Segundo Holanda (2004, grifo da autora), **design** significa a concepção de um projeto ou modelo; planejamento. **Artesanato**, como falado anteriormente, significa a técnica ou a arte do artesão; o produto do trabalho do artesão. Portanto, entende-se que a união de “Design e Artesanato” significa o planejamento de um produto que usará a técnica e habilidade de um artesão para produzi-lo (total ou parcialmente). Esse trabalho conjunto parece cada vez mais próximo, conforme Barros (2006):

...na década de 70, poderíamos localizar certo distanciamento entre o artesanato e o design. Porém, nos dias de hoje, veremos a aproximação

⁸ Ver: <http://www.dedon.de/index.html>. Acesso em 12/09/2009.

entre os dois segmentos, no momento em que artesãos e designers passam a definir objetivos e interesses comuns (BARROS, 2006, p.23).

Ainda segundo Barros, o saber empírico do artesão, agregado ao conhecimento tecnológico do designer, conformará o produto artesanal de forma que tenha melhor aceitação junto aos consumidores.

O design, hoje, além de agente de criação de novos produtos, pode atuar como ordenador social, ou seja, incrementar projetos e desenvolvimento de produtos de forma a possibilitar a inserção de pessoas e materiais diversos no mercado consumidor. Uma das formas é através dos produtos artesanais, usando técnicas e mão-de-obra qualificada. Dessa forma, o design surge para agregar valor aos produtos artesanais e gerar renda para os artesãos. O designer, segundo Cabral (2007):

...é aquele agente que surgiu nas industrializações, atuando na criação, na adaptação funcional, na configuração formal e na apresentação do produto industrial ao mercado, agora aparece como o profissional contratado também para qualificar o artesanato para o mercado (CABRAL, 2007, p.61).

No desenvolvimento de produtos artesanais, o designer pode estabelecer a identificação com a comunidade através das manifestações da cultura local, agregando valor aos produtos. Como cita Barroso (2002), “criar novas linhas de produtos, com estética mais depurada e despojada, dirigida ao mercado consumidor com maior poder aquisitivo pode ser uma alternativa para valorizar os produtos e aumentar a produção, porém, sem perder de vista a iconografia”. Segundo Botelho (2005):

...elementos simbólicos que o remetam a características expressivas da cultura local e de muitos elementos de uso cotidiano da comunidade, que podem vir expressos nas cores, na forma, na matéria-prima, na técnica produtiva, ou em detalhes do objeto artesanal (BOTELHO, 2005, p.27).

Ainda há um pouco de resistência por parte da sociedade quanto à intervenção do designer no trabalho do artesão, com receio do mesmo alterar o resultado do trabalho da união “designer/artesão” perdendo as referências das tradições do artesanato. Segundo o Termo de Referência do Artesanato do SEBRAE (2004, p.19), “a questão que se coloca não é mais se devemos ou não intervir, mas

como intervir sem descaracterizar, valorizando e reforçando as tradições regionais, a habilidade dos artesãos e as relações existentes no interior dos grupos trabalhados”.

Conforme relato de artesãos, na pesquisa de Aguiar (2002, p.52) “o trabalho de desenvolvimento de produtos artesanais orientados para o mercado não pode deixar de lado a contribuição que o design pode dar à produção artesanal no sentido de auxiliar na sua diversificação e renovação”. Os mesmos consideram esse um dos fatores fundamentais a serem trabalhados em grupos de artesãos.

Como afirma Krucken (2009), “a perspectiva do design vem justamente ajudar nessa complexa tarefa de mediar produção e consumo, tradição e inovação, qualidades locais e relações globais”. Hoje, mais do que suprir necessidades o artesanato surge como diferencial competitivo e testemunho cultural. O design pode ser uma das formas de contribuir na renovação de produtos artesanais, caso seja necessário. Como relata Abbonizio e Fontoura (2008):

Independente do grau de interferência nos produtos artesanais e nos processos de produção, o design é frequentemente empregado como área do conhecimento para contribuir para a (re)-valorização do artesanato, enquanto objeto e bem cultural. Busca-se, assim, proporcionar melhores condições de trabalho e de inserção dos artefatos produzidos no mercado, gerando renda aos artesãos e buscando ainda preservar os valores culturais (ABBONIZIO E FONTOURA, 2008, p.2619).

No artesanato existe muito mais a manutenção das técnicas que, passadas durante gerações, mantêm esse tradicionalismo do que formatos de produtos que atravessam décadas, ou seja, o artesão produz aquilo que o mercado está pedindo, sem existir uma total pureza nos seus produtos. Segundo Borges (2003):

O intermediário que compra a produção de uma comunidade perdida na zona rural para revendê-la aos donos de lojas ou aos barraqueiros é a voz, a única voz, do que supostamente o mercado está querendo e, nessa condição, é ele quem dita o que o artesão vai fazer. “Agora o que está saindo é pirâmide”, diziam esses compradores aos artesãos de pedra-sabão de Ouro Preto, logo em seguida, anunciam: “Agora é Buda”. Se a interferência sempre existe, que seja para o bem. Que parta de uma postura não de adulteração e imposição, como fazem os intermediários, e sim de respeito e diálogo como fazem os (bons) designers (BORGES, 2003, p.66).

Pode-se dizer que o artesanato está “surgindo” novamente. Quase sempre só visto como produto tradicional ou para suprir necessidades, hoje, se bem trabalhado, surge como um diferencial competitivo para as empresas que agregam nos seus

produtos com o artesanato a valorização do trabalho humano. Segundo Barros (2006):

...numa sociedade capitalista de uma economia globalizada, a importante vantagem competitiva que o artesanato apresenta como referência cultural frente a um mercado consumidor competitivo. E, também, que esse diferencial do produto artesanal, está muito menos na quantidade produzida de artefatos, e muito mais, na representatividade cultural do produto artesanal (BARROS, 2006, p.29).

Segundo Barros (2006, p.28), “se a globalização é certa, cabe aos designers e artesãos participarem dos processos globalizantes buscando, através da comercialização dos produtos artesanais, a auto-sustentabilidade do artesanato brasileiro”. Se for visto que a globalização é certa, que o artesanato não se perca e que a ele se dê força para ser sustentável, sendo o design um importante contribuinte nessa valorização, pois, como afirma Krucken (2009):

A busca por agregar valor a produtos, fortalecendo e estimulando a identidade local, é um forte impulsionador do investimento em design. Especialmente para economias emergentes, que anseiam posicionar-se de forma competitiva, o design representa um catalisador de inovação e da criação de uma imagem positiva ligada ao território, a seus produtos e serviços (KRUCKEN, 2009, p.43).

O designer, atuante de várias áreas, pode também fazer do artesanato mão-de-obra primorosa no desenvolvimento de produtos, já que, segundo Borges, (2003, p.68) “se o artesão tem uma possibilidade de diálogo, de interlocução, o designer ganha nesse contato não só uma sabedoria empírica, popular, como também um mercado de trabalho até agora insuspeitado”.

Um fator importante e que deve ser lembrado nas intervenções no artesanato, mencionado pelos artesãos pesquisados por Aguiar (2002, p.51), é a “...importância de uma marca de identificação de origem dos produtos, criando uma identidade comercial para os produtos artesanais que evidenciem e valorizem suas origens...”. Assim, é ressaltada a importância da identificação através da marca, etiquetas e embalagens, de forma a revelar a origem do mesmo. Como também mencionado por Engler *et al.* (2009, p.7), na pesquisa realizada sobre a cerâmica do Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais, “as embalagens devem ainda valorizar e identificar o artesanato de cada região”.

2.4 Materiais e Técnicas

Os materiais e técnicas utilizadas por grupos de artesãos são muito importantes no desenvolvimento de um processo produtivo. A escolha por materiais de fácil alcance e técnicas conhecidas facilitam a produção, otimizando os custos dos produtos. De acordo com Ruth Cardoso (2000), “a diversidade de temas, materiais, padrões e técnicas do artesanato brasileiro é reflexo da convivência de realidades culturais, econômicas e sociais e igualmente diversas”. É possível criar diferenciais entre grupos de artesãos de regiões distintas, voltando-se apenas a resgatar técnicas e materiais locais, ou seja, que sejam muito difundidos naquele local.

Acredita-se que a escolha dos materiais e técnicas artesanais traz um enriquecimento do produto, ou seja, sua melhor valorização, como afirma Franco (2009), “... o trabalho industrial se rendendo à habilidade artesanal, seja por meio do artesanato em si, ou da utilização de matérias-primas que exijam *expertise* em seu manuseio...”.

Borges (2003) descreve que a “abertura de olhos” feita em projetos para o artesanato, ou seja, convidar os artesãos a olharem ao seu redor, não tem apenas a preocupação no aspecto estético, mas, também, o melhor aproveitamento das matérias-primas locais e a otimização de processos produtivos. Conforme descrito no Termo de Referência do SEBRAE (2004), as matérias-primas são oriundas de diversas origens e trabalhadas de acordo com a criatividade do artesão:

As matérias-primas podem ser de origem mineral, vegetal ou animal, podendo ser utilizadas em seu estado natural, depois de processadas artesanalmente/industrialmente ou serem decorrentes de processos de reciclagem/reaproveitamento. Para cada matéria-prima principal derivam práticas profissionais que resultam em tipologias de produtos específicas, com suas respectivas técnicas, ferramentas e destinações (SEBRAE, 2004, p.24).

Diante de tantas possibilidades de matéria-prima, o SEBRAE, no Termo de Referência (2004), listou matérias-primas, sua origem e como elas estão sendo trabalhadas pelos grupos (tabela 2).

Tabela 2 – Matérias-primas e ofícios artesanais listadas pelo SEBRAE

Matéria-prima	Mineral		Vegetal		Animal		Mineral + Vegetal + Animal	
Natural	Argila	Cerâmica Porcelana Mosaicos	Fibras	Tapeçaria Cestaria Movelaria	Couro	Sapataria\ Calçados Selaria Malas		
	Pedra	Santeria Joalheria Movelaria Cantaria	Madeira	Marchetaria Lutheria Carpintaria Naval Marcenaria Santeria\ Escultura	Chifre e Osso	Práticas diversas		
			Cascas e Sementes	Práticas diversas	Conchas e Corais	Entalhes Esculturas		
					Lã	Tecelagem		
Processada	Metais	Ferraria\ ferramentas Utensílios Joalheria Serralheria	Fio	Tecelagem Rendas Bordados	Couro	Calçados Selaria Malas	Cera	Modelagem
	Vidro	Vitrais Mosaicos Embalagens	Tecido	Costura Bordados	Fio de Seda	Tecelagem Bordados	Couro sintético	Calçados Confeção de bolsas e acessórios
	Gesso	Modelagem	Borracha	Práticas diversas	Lã	Tecelagem	Massa	Modelagem
	Parafina	Modelagem					Parafina	Modelagem
Reciclável - Reaproveitável	Metais	Ferramentas Utensílios Joalheria Serralheria	Madeira	Marchetaria Marcenaria Escultura	Couro	Práticas diversas	Couro sintético	Calçados Confeção de bolsas e acessórios
	Vidro	Vitrais Mosaicos Embalagens	Papel	Práticas diversas	Lã	Tecelagem Tapeçaria Bordados		
	Plástico	Práticas diversas	Tecido	Costura Bordados Fuxico				

Fonte: Termo de Referência para o Artesanato (SEBRAE, 2004, p.25)

Segundo Barroso (2002), as matérias-primas mais utilizadas no artesanato brasileiro são (tabela 3):

Tabela 3 – Matérias-primas listadas por Eduardo Barroso

Matéria-prima	Mineral	Vegetal	Animal
Natural	Barro	Fibras vegetais	Couro
	Pedra (granito, mármore, pedra sabão)	Madeiras (essências nativas, reflorestadas)	
Processada	Vidro	Fios (algodão, linho, seda)	
	Metais (alpaca, alumínio, bronze, cobre, ferro, latão, prata...)		
Outros	Borracha, ossos, chifres, coco, sementes, etc.		

Adaptado de: Curso design, identidade cultural e artesanato (BARROSO, 2002)

Como o foco desta pesquisa está no Rio Grande do Sul, os materiais e técnicas de produção ficarão restritos a grupos de artesãos deste Estado.

Nesta pesquisa, observou-se a distribuição das técnicas artesanais em diferentes regiões do Estado, tanto por grupos da Capital ou de outros municípios. A mesma observação é feita com os tipos de materiais utilizados e o critério de seleção dos materiais nos grupos. Esta análise será discutida no capítulo 4 – Resultados.

2.5 Métodos e Técnicas para Coleta de Dados

2.5.1 Estudo de Caso

Esta pesquisa explora diversos estudos de caso sobre o mesmo tema, *insight* que surgiu pela percepção da pouca pesquisa científica sobre o assunto. Conforme afirma Yin (2001), estudo de caso pode ser classificado como:

...uma pesquisa empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em seu contexto natural, em situações em que as fronteiras entre o contexto e o fenômeno não são claramente evidentes, utilizando múltiplas fontes de evidência. (YIN, 2001, p.23)

Segundo Gil (2008), ainda não há consenso entre os pesquisadores às etapas a serem seguidas no desenvolvimento dos estudos de caso, baseando-se nas pesquisas realizadas pelo mesmo. As etapas que a serem seguidas na maioria das investigações desse tipo, são:

- a) Formulação do problema;
- b) Definição da unidade-caso;
- c) Determinação do número de casos;
- d) Elaboração do protocolo;
- e) Coleta de dados;
- f) Avaliação e análise dos dados;
- g) Preparação do relatório.

A partir do problema a ser investigado estar bem definido, decide-se qual será a unidade-caso (nesta pesquisa, os grupos de artesãos). Parte-se, então, ao número de casos a serem investigados. No caso de ser um estudo de casos múltiplos, conforme afirma Gil (2008), proporciona evidências encontradas em diferentes situações, possibilitando a elaboração de uma pesquisa de melhor qualidade. Definidas as unidades a serem pesquisadas e o número de casos, elabora-se um protocolo, ou seja, como relata Gil (2008), um documento que não contenha apenas o instrumento de coleta de dados, mas, também, como deverá ser sua aplicação. No estudo de caso, em geral, usa-se mais de uma técnica de coleta de dados. No caso desta pesquisa, serão as entrevistas, questionários e observações da autora, todas de ordem qualitativa. E, por fim, a elaboração de uma análise integrativa.

Como já mencionado, esta pesquisa se beneficia de estudos de caso múltiplos, grupos de artesãos de diferentes regiões do Rio Grande do Sul, mas que trabalham com um mesmo objetivo: produzir e comercializar objetos confeccionados artesanalmente. É um estudo de caso de várias instituições, que, como relata Mazotti (2006):

...podemos ter também estudos de casos múltiplos, nos quais vários estudos são conduzidos simultaneamente: vários indivíduos (como, por exemplo, professores alfabetizadores bem-sucedidos), várias instituições (diferentes escolas que estão desenvolvendo um mesmo projeto), por exemplo (MAZOTTI, 2006, p.641).

Dessa forma, a escolha por determinados grupos aconteceu pelas suas características, diferentes entre cada caso e que puderam ser destacadas, evidenciando as qualidades de cada grupo. Como relata Mazotti (2006), poderia esperar-se encontrar resultados semelhantes entre os casos investigados ou resultados diferentes:

...cada caso deve ser selecionado de acordo com uma das seguintes previsões: ou se espera encontrar resultados semelhantes nas diversas unidades investigadas (replicação propriamente dita) ou se espera resultados diferentes em razão de fatores previamente antecipados pelo pesquisador (“replicação teórica”) (MAZOTTI, 2006, p.646).

A escolha dos grupos aconteceu pela organização de produção e comercialização destes, ou seja, o objetivo da escolha dos grupos era encontrar características diferenciadas, tais como diferenças na organização e gestão das tarefas, podendo, assim, observar diferenças, inclusive na participação, ou não, do designer no processo produtivo dos artesãos.

2.5.2 Pesquisa Qualitativa

Esta pesquisa tem um caráter exploratório visando identificar e definir problemas e variáveis relevantes de forma qualitativa. A pesquisa qualitativa preocupa-se com os “porquês” da pesquisa. Seu critério não é numérico, mas um aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma política ou de uma representação, como afirma Minayo (2004). Segundo Gil (2008):

A análise qualitativa é menos formal do que a análise quantitativa... A análise qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearam a investigação. Pode-se, no entanto, definir esse processo como uma sequência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório (GIL, 2008, p.133).

Minayo (2004) propõe alguns critérios básicos para a amostragem:

(a) definir claramente o grupo social mais relevante para as entrevistas e para a observação; (b) não se esgotar enquanto não delinear o quadro empírico da pesquisa; (c) embora desenhada inicialmente como possibilidade, prever um processo de inclusão progressiva encaminhada pelas descobertas do campo e seu confronto com a teoria; (d) prever uma triangulação. Isto é, em lugar de se restringir a apenas uma fonte de dados, multiplicar as tentativas de abordagem (MINAYO, 2004).

No caso desta pesquisa, o grupo social definido foram os grupos de artesãos e o delineamento proposto foi pesquisar a gestão, os materiais e as técnicas utilizadas, além de categorizar o tipo de categoria artesanal. Ao longo da pesquisa, comparam-se a teoria e as descobertas da prática que é desenvolvida através da triangulação de questionário aplicado nos grupos, depoimentos de artesãos e notas de observação feitas nas participações nos grupos.

Segundo Flick (2004), “entrevistas abertas exigem um envolvimento maior entre o entrevistado e o pesquisador do que seria necessário na simples entrega de um questionário”. Entretanto, observa-se a importância do envolvimento do pesquisador na pesquisa, de forma a levantar, não apenas as informações solicitadas no questionário, mas, também, fazer observações do comportamento e forma de trabalho dos pesquisados. Ainda, segundo Flick (2004):

Na pesquisa qualitativa, o papel do pesquisador é de especial importância. Os pesquisadores e as suas competências comunicativas constituem o principal “instrumento” de coleta de dados e de cognição, não podendo, por isso, adotar um papel neutro no campo e em seus contatos com as pessoas a serem entrevistadas ou observadas (FLICK, 2004, p.70).

A presente pesquisa se deteve nos seguintes métodos para levantar as informações de ordem qualitativa: questionários, entrevistas e observação participante.

3 MÉTODOS DE PESQUISA

Esta pesquisa ocorreu em duas etapas. A primeira, piloto, com a intenção de fazer uma verificação inicial dos grupos e otimizar a pesquisa final, contou com a participação dois grupos de artesãos. A segunda etapa teve a participação de seis grupos de artesãos do Rio Grande do Sul. Alguns grupos selecionados para participar da pesquisa já tiveram a intervenção de designers na sua produção, outros não. Essa diversidade possibilitou, também, a verificação, além dos métodos de gestão, materiais e técnicas utilizados, se houve alguma mudança na comercialização dos produtos depois da influência de designers. O período da aplicação da pesquisa piloto foi entre setembro e outubro de 2009 e o período que ocorreu a pesquisa final foi entre março e julho de 2010.

Para a realização da pesquisa foram feitos estudos de casos de grupos de artesãos, definida por Yin (2001) como uma pesquisa baseada na experiência do pesquisador, investigando um fenômeno no seu contexto natural.

Esta pesquisa aconteceu de forma qualitativa. Segundo Bauer e Gaskell (2002, p.23), “a pesquisa qualitativa evita números, lida com interpretações das realidades sociais”. O método de trabalho dessa pesquisa é triangular⁹ resultados, ou seja, a partir das informações coletadas como: questionário aplicado nos grupos, depoimentos de artesãos e designers e notas de observação feitas nas participações nos grupos de artesãos, fazer uma análise da gestão, materiais e técnicas utilizadas.

Para a melhor compreensão e visibilidade das etapas, foi elaborado um esquema de pesquisa separado em três áreas: compreensão, captação e avaliação, representadas na figura 14. Ainda durante toda a pesquisa, eventuais questionamentos foram esclarecidos a partir de fundamentação teórica.

⁹ Triangular é um termo usado nas abordagens qualitativas para indicar o uso concomitante de várias técnicas de abordagens e de várias modalidades de análise, de vários informantes e pontos de vista de observação, visando à verificação e validação da pesquisa. (MINAYO, 2004, p.102)



Figura 14 - Desenho das atividades da pesquisa

As três etapas de trabalho podem ser assim compreendidas:

1. Área de compreensão, dividida em duas etapas: investigação preliminar, onde foram verificados os possíveis grupos participantes da pesquisa e os trabalhos já realizados com temas similares; plano de ação, onde foram elaboradas as possibilidades de trabalho para alavancar as informações necessárias à realização da pesquisa.

2. Área de Captação, dividida em três etapas: pesquisa de campo, questionários e visitas: onde foram realizadas visitas aos grupos de artesãos e aplicados os questionários; notas: foram feitas notas de observação de informações que não foram levantadas nos questionários; entrevistas com artesãos e designers: realizadas para saber a opinião de quem já realizou trabalhos nesse segmento.

3. Área de Avaliação, etapa de análise dos dados coletados: análise e compreensão dos dados coletados na pesquisa de campo.

3.1 Delineamento de Pesquisa

Para o delineamento da pesquisa, inicialmente foi necessária a pesquisa bibliográfica buscando, em autores de áreas afins, informações que auxiliassem no esclarecimento de dúvidas e direcionamento da pesquisa.

Em um segundo momento, a realização de visitas aos grupos selecionados para aplicar os questionários desenvolvidos, bem como a participação nos encontros dos grupos para observar a forma de funcionamento e possíveis dados curiosos não mencionados pelos participantes nos questionários.

Foram aplicados dois tipos de questionários: o primeiro com perguntas gerais (apêndice 1) sobre o grupo e o segundo questionário aplicado a cada artesão (apêndice 2). Com o objetivo de elaborar questionários de fácil compreensão e com questões objetivas, inicialmente foi feito um questionário piloto para que o mesmo aponte as possíveis melhorias a serem feitas no questionário final. Esse questionário foi aplicado em dois grupos: o grupo Favos do Sul, de São Borja e o grupo Crescendo Junto, de Porto Alegre.

Em um segundo momento, foi realizado um levantamento de dados nos grupos. Durante as visitas obtiveram-se informações sobre gestão, materiais utilizados, técnicas usadas, produtos elaborados e distribuição do trabalho entre os integrantes dos grupos.

No terceiro e último momento, foram realizadas entrevistas com artesãos (apêndice 1 a 4) e designers que trabalham em grupos de artesanato alavancando informações pertinentes ao assunto da pesquisa. E, por fim, a análise dos dados levantados.

3.2 Estratégia de Pesquisa

Para a formulação da estratégia de pesquisa, após a definição do tema, foram observadas possíveis questões a serem levantadas junto aos grupos e a necessidade de conhecer de que forma alguns grupos de artesãos organizam-se nas atividades administrativas e de elaboração de novos produtos. Essa observação é necessária para, assim, poder sugerir formatos e exemplos de uso e atribuição de técnicas de gestão, emprego de materiais e técnicas artesanais.

A partir da compreensão do funcionamento dos grupos de artesãos pesquisados, do uso, ou não, de projetos de design por esses grupos, da análise dos materiais utilizados, das técnicas mais difundidas e da análise do referencial teórico desta pesquisa, realizou-se uma análise de dados.

Os resultados obtidos visam auxiliar: na formação de novos grupos de artesãos, tornando-se uma fonte de dados com resultados na área da gestão de grupos, casos de sucesso e trajetórias malsucedidas, caso isso seja percebido; na inclusão de projetos de design em grupos de artesãos, os benefícios que o mesmo pode trazer; limitar os materiais e técnicas com maior aceitação pelo mercado.

Diante destas considerações, a estratégia de pesquisa a ser utilizada foi o estudo de casos múltiplos, uma vez que esse tipo de estratégia permite a identificação e resposta de questões do tipo: de que forma? Por quê?

3.3 Descrição dos Grupos Participantes

A pesquisa piloto foi realizada através de questionários e conversas com integrantes de dois grupos de artesãos: Favos do Sul e Crescendo Juntos. Na segunda fase da dissertação, os questionários otimizados foram reaplicados nesses dois grupos e em mais quatro grupos de artesãos de forma a fundamentar os questionamentos propostos.

3.3.1 Favos do Sul

Um dos grupos participantes é o Favos do Sul, situado no município de São Borja/RS, que iniciou suas atividades em 2002 e formalizou-se como cooperativa em 2006. É composto de 22 artesãs. Uma delas tornou-se a presidente do grupo, destinando a maior parte do seu tempo de trabalho a serviços administrativos, divisão e coordenação dos trabalhos. A iniciativa para a formação do grupo foi a partir da vontade de um grupo de mulheres organizarem seus trabalhos artesanais. O grupo já teve a intervenção de designer e participou da primeira fase da dissertação. A figura 15 apresenta a logomarca do grupo Favos do Sul.



Figura 15 – Logomarca do grupo Favos do Sul

O grupo produz almofadas, colchas, bolsas, xales. A figura 16 exemplifica o trabalho do grupo.



Figura 16 – Almofada Favos do Sul – À venda nas lojas Tok & Stok

Fonte: www.tokstok.com.br¹⁰

3.3.2 Araucária

O grupo Araucária localiza-se na Serra Gaúcha, região dos Campos de Cima da Serra. É composto de artesãos de vários municípios da região, sendo: Bom Jesus, Cambará do Sul, Lajeado Grande, Vacaria, Esmeralda e São Francisco de Paula. Iniciou suas atividades em julho de 2009 e desde então recebe auxílio do SEBRAE com profissionais de design e da área comercial. O grupo é composto de 19 artesãos. A presidência do grupo está em fase transitória, pois a artesã que havia assumido não tem desenvolvido as atividades correspondentes e está repassando as atividades para outra participante do grupo. A iniciativa de formação do grupo partiu do SEBRAE que avistou um potencial de artesanato. O grupo teve a intervenção de designer no desenvolvimento da coleção e, desde então, recebe uma

¹⁰ Ver: www.tokstok.com.br. Acesso em: 06/07/2010

consultoria mensal. O grupo também já tem, inclusive, uma identidade visual (figura 17).



Figura 17 – Logomarca do grupo Araucária

O grupo que se localiza em uma região onde há florestas nativas de araucárias, criadores de ovinos e regiões de reflorestamento e procura usar esses materiais ou representá-los no desenvolvimento dos produtos, como nos exemplos abaixo (figuras 18 e 19):



Figura 18 – Almofada Viração

Fonte: Foto Fábio Del Re



Figura 19 – Almofada Mula-sem-cabeça

Fonte: Foto Fábio Del Re

3.3.3 Projeto Canoa

O Projeto Canoa localiza-se no município de Canoas/RS e todos os integrantes do grupo são residentes no mesmo município. Iniciou suas atividades em 2007 com o incentivo do SEBRAE e da Petrobras (Petróleo Brasileiro S/A) para trabalhar com resíduos derivados do petróleo, visto que o grupo encontra-se em uma região metropolitana onde existe grande quantidade de indústrias. O grupo é composto de 20 artesãs, sendo que uma delas a coordenadora do grupo. Já tiveram a intervenção de designers no desenvolvimento da primeira coleção e, desde então, já desenvolveram outras coleções, também com intervenção. O grupo produz acessórios pessoais e objetos decorativos como a luminária Farol (figura 20A), desenvolvida com garrafa PET, e a carteira Charme (figura 20B), produzida com cordas de borracha.



(a)



(b)

Figura 20 (a) – Luminária Farol – Figura 20 (b) – Carteira Charme

Fonte: arquivo do grupo

3.3.4 Crescendo Juntos

O grupo Crescendo Juntos localiza-se no bairro Rubem Berta, em Porto Alegre/RS, sendo fundado em 2005 e composto de seis artesãs. O grupo iniciou os trabalhos através de oficinas realizadas pelo SESI (Serviço Social da Indústria)

Rubem Berta e, hoje, recebe assistência do Projeto de Governança do município de Porto Alegre. O grupo mencionou que todos participantes realizam as tarefas administrativas, porém, conforme observação realizada pela autora, uma das integrantes realiza a maior parte das atividades, além de desenvolver os trabalhos artesanais, destinando parte do seu tempo atuando nas atividades administrativas do grupo, embora não seja a única responsável pelas atuações do grupo. O grupo nunca teve a intervenção de designer nos seus produtos e participou da primeira fase da dissertação. Faz produções de peças próprias (figura 21) bem como produção terceirizada para designers.



Figura 21 - Bijuterias do grupo Crescendo Juntos

Fonte: arquivo do grupo

Na linha de produção terceirizada, as artesãs desenvolvem trabalhos para duas empresas, sendo um deles destinado à Oferenda Objetos¹¹. Trata-se de flores compostas de pequenas bolinhas de tecido (figura 22), tudo costurado à mão, que estão à venda na rede de lojas Tok & Stok. O outro trabalho é para a designer Paula Gomes, da marca de acessórios Inch¹², onde as artesãs produzem colares de tecido, todos feitos à mão (figura 23).



Figura 22 – Flor Linha Crocheteira – À venda nas lojas Tok & Stok

Fonte: Foto da autora

¹¹ Para saber mais sobre a Oferenda Objetos, acesse: www.oferenda.net

¹² Para conhecer mais trabalhos da Inch, acesse: www.inchconcept.com.br



Figura 23 – Colar de tecido e fios - Inch

Fonte: www.inchconcept.com.br¹³

3.3.5 Amigas Arteiras

O grupo Amigas Arteiras, composto de quatro artesãs, localiza-se no município de Esteio/RS, sendo criado em outubro de 2009, a partir de uma demanda de trabalho, ou seja, o grupo foi formado após a oferta de um trabalho terceirizado de artesanato. Após uma oferta de trabalho de produtos desenvolvidos na técnica do crochê (habilidade que as artesãs já possuíam), houve a motivação da formação de um grupo e, hoje, as artesãs se remuneram exclusivamente desse trabalho. O grupo não tem uma coordenadora, pois o número de integrantes é pequeno e ainda não sentiu necessidade, mas, conforme observação da pesquisadora, duas das artesãs coordenam a distribuição dos trabalhos e lucros, bem como o suprimento de materiais. Não possuem produtos exclusivos do grupo, sendo os objetos produzidos desenvolvidos por designers.

Os objetos que produzidos pelas artesãs são almofadas e *souplast* da linha Crocheteira, à venda nas lojas Tok & Stok (figuras 24 e 25).

¹³ Ver: www.inchconcept.com.br. Acesso em: 06/07/2010

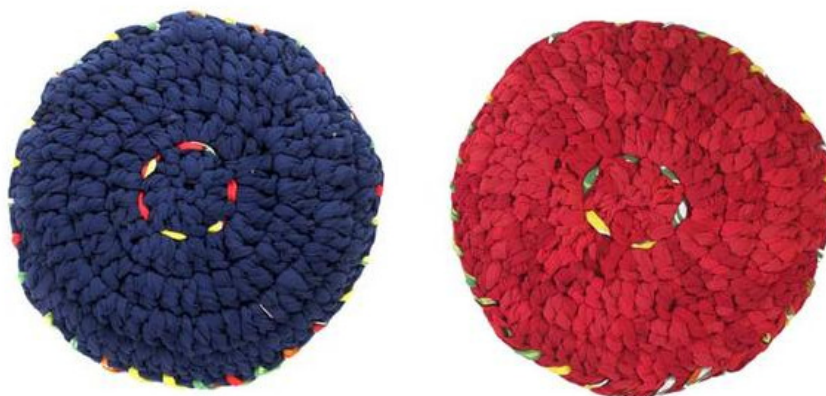


Figura 24 – Almofadas Linha Crocheteira – À venda nas lojas Tok & Stok

Fonte: Foto da autora



Figura 25 – *Souplast* Linha Crocheteira – À venda nas lojas Tok & Stok

Fonte: Foto da autora

3.3.6 Tramas e Cores

O grupo Tramas e Cores localiza-se no município de Porto Alegre/RS, bairro Rubem Berta. Foi criado em 2005 e é composto de seis artesãs. Surgiu com uma oportunidade de gerar renda e para complementar as atividades, além dos serviços do lar. Quem realiza as atividades administrativas é uma das integrantes do grupo. O grupo nunca teve a intervenção de um designer e não soube classificar os benefícios que poderiam ter, caso tivessem a intervenção. Produzem objetos variados, decorativos, utilitários, acessórios e adornos, entre outros. O grupo costuma desenvolver os produtos de acordo com a época do ano como Natal, Páscoa e Dia das Mães. Usam técnicas múltiplas técnicas e, sempre que aparecem novidades em técnicas e materiais, procuram aprender para não ficarem desatualizadas diante de outros grupos. Os materiais são inovados sempre que o mercado oferece alguma novidade.

4 RESULTADOS

4.1 Resultados – Pesquisa Piloto

Como resultado parcial, tem-se a pesquisa piloto, ou seja, foram aplicados questionários (apêndice 1 e 2) e realizadas entrevistas a fim de obter resultados acerca dos questionamentos propostos nesta pesquisa com dois grupos de artesãos. A pesquisa piloto ocorreu entre os meses de setembro e outubro de 2009. Através do questionário piloto, fizeram-se observações pertinentes para otimizar o questionário final e, a partir desta, aplicar os questionários nesses mesmos e em mais grupos de artesãos. Para a escolha dos grupos participantes da pesquisa parcial, foram determinados os seguintes critérios: que um dos grupos já tivesse intervenção de designers (o escolhido foi o grupo Favos do Sul) e outro não (Crescendo Juntos).

4.1.1 Questionários Parciais

Foram aplicados dois tipos de questionário piloto, o Questionário Geral (apêndice 1), com perguntas gerais destinando-se ao grupo como um todo e, o Questionário Individual (apêndice 2), onde as questões levantadas eram direcionadas a cada artesão.

No Questionário Piloto Geral, foram feitos questionamentos sobre a realização das vendas, fidelidade dos clientes e divulgação do trabalho do grupo. Também foram indagados sobre os produtos desenvolvidos, se houve interferência de designers na elaboração de produtos e como o grupo desenvolve novos produtos.

O grupo **Favos do Sul** faz a maior parte das vendas em feiras para atacado (algumas com vendas no varejo), diretamente com o lojista e algumas através da internet. As feiras realizadas são no Rio Grande do Sul e nos demais Estados, sendo que o grupo também já realizou vendas para outros países. O grupo ainda não tem uma organização para manter a fidelidade do cliente, aguardando que o mesmo entre em contato, caso tenha gostado do produto. Conforme relatado pelo grupo, as

vendas estão regulares, mas poderiam melhorar. A divulgação do trabalho do grupo é realizada na participação em feiras e através da internet.

Para elaborar produtos, algumas vezes, os cooperados desenvolvem e em outras oportunidades, contratam um designer. Os produtos são elaborados por coleções, com a frequência de realização de uma nova coleção a cada ano. Para a realização das primeiras coleções e organização da produção, o grupo contou com o apoio do SEBRAE.

No grupo **Crescendo Juntos**, as vendas realizadas pelo grupo acontecem em feiras para o varejo e oficinas (aproveitando como uma oportunidade de divulgação). Para que o cliente permaneça comprando os produtos, o grupo procura manter a qualidade dos produtos desenvolvidos, mas não há contato com o mesmo após a compra, espera-se que o cliente o faça. O grupo salientou que possui dificuldade de colocar produtos no mercado e, conforme suas palavras, as vendas são poucas e que há a necessidade de melhorar. Para a divulgação do trabalho, o grupo realiza feiras para varejo, conta com o apoio do SESI e da prefeitura.

Para desenvolver novos produtos, o grupo ainda não pôde contar com o trabalho de um designer, porém, participam de oficinas de qualificação realizadas pelos Bancos Sociais (entidade mantida pelo sistema FIERGS – Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul). Os produtos não são elaborados por coleções e não têm uma frequência determinada para a elaboração de novos produtos, depende da criatividade e estímulo do artesão.

No Questionário Piloto Pessoal, que foi realizado para cada artesão responder individualmente, são relacionados os tipos de produtos que o artesão confecciona, o tempo que faz parte do grupo, como é feita a distribuição de trabalhos, a satisfação com essa demanda e se a renda gerada na realização desses trabalhos é satisfatória. Também foi questionado se o artesão gosta do trabalho que realiza e se acha importante a contribuição que um designer pode dar.

A cooperativa **Favos do Sul** é composta de 22 artesãs. Para a pesquisa piloto, três artesãs responderam o questionário sendo que as mesmas fazem parte do grupo desde o início das atividades. Elas relataram que a distribuição das atividades é feita de acordo com a habilidade técnica de cada uma para o melhor desenvolvimento das peças e pela identificação da artesã com o produto. Responderam estar satisfeitas com a demanda de produtos, com o trabalho

realizado e com renda gerada, pois contribui na renda familiar. Conforme pronunciado pelas artesãs, acreditam ser importante a contribuição de um designer, pois, através dela, surgem as novas coleções.

O grupo **Crescendo Juntos** é composto de seis mulheres que fazem parte do mesmo entre dois e quatro anos. Os produtos desenvolvidos por elas são variados e usam técnicas diversas, como flores, pintura em tecido, pintura em madeira, bordado, crochê, tricô, bijuterias, almofadas, chaveiros, produtos feitos no tear, imãs de geladeira e customizações de roupas. A divisão dos trabalhos é feita pela habilidade técnica para que possam garantir uma melhor qualidade. As integrantes do grupo estão satisfeitas com a demanda de trabalhos, mas gostariam que aumentasse, pois, desta forma, teriam atividades sempre, até porque, a renda gerada pelos trabalhos do grupo, ainda não é satisfatória. As integrantes do grupo ressaltaram que procuram fazer os produtos de acordo com as suas habilidades e satisfazem-se muito com esse trabalho. Acreditam ser importante a contribuição de um designer, pois relataram que, muitas vezes, falta criatividade, sendo que, dominam as técnicas, têm acesso fácil à matéria-prima, porém, não conseguem idealizar um produto com o material disponível.

Para melhor visualizar o perfil dos grupos, foi elaborada uma tabela onde foram listados itens como o número de participantes, a data do início das atividades, o tipo de comercialização, a satisfação das artesãs e a opinião das mesmas sobre a contribuição de um designer (tabela 4).

Tabela 4 – Tabela do perfil dos grupos participantes da pesquisa piloto, segundo o questionário respondido.

	Número de participantes	Fundação	Comercialização	Satisfação das artesãs com a renda gerada	Importância de um designer na elaboração de produtos
Crescendo Juntos	6	2005	Feiras para varejo, vendas em varejo	Não estão satisfeitas	Nunca tiveram contribuição de designer, mas acreditam ser importante, pois, muitas vezes, dominam as técnicas, têm acesso fácil à matéria-prima, mas não conseguem idealizar o produto com o material disponível
Favos do Sul	22	2002	Feiras para lojistas, vendas em atacado e pela internet	Estão satisfeitas	Já tiveram contribuições de designers e acreditam ser importante à elaboração de novos produtos

Pôde-se perceber que o grupo Crescendo Juntos não está muito satisfeito com a renda gerada, ao contrário do grupo Favos do Sul. Possivelmente o grupo Favos do Sul está mais desenvolvido e comercializando em maior quantidade, sobretudo pelos incentivos que teve como a contribuição de designers na elaboração dos produtos.

4.2 Resultados da Pesquisa Final

Para os resultados finais, além de terem sido mais bem elaborados os questionários (apêndices 3 e 4), foram aplicados em mais grupos de artesãos. O período de aplicação do questionário foi entre março e julho de 2010. Os critérios estabelecidos para a escolha foi que houvesse grupos com intervenção de designers, outro que nunca teve essa intervenção e também grupos que realizam trabalho terceirizado para designers. Para obtenção desses resultados, foram aplicados questionários e entrevistas com os artesãos a fim de obter informações relevantes à pesquisa.

Os grupos com intervenção de designers participantes são: Favos do Sul (São Borja), Projeto Canoa (Canoas) e Araucária (Bom Jesus, Lajeado Grande, Vacaria, Cambará do Sul, São Francisco de Paula e Esmeralda). O grupo que não teve intervenção de designers: Tramas e Cores (Porto Alegre) e, os grupos que realizam trabalho terceirizado para designers: Crescendo Juntos (Porto Alegre), Amigas Arteiras (Esteio).

4.2.1 Questionários Finais

Foram aplicados dois tipos de questionários, um geral (apêndice 3), destinando ao grupo em geral, onde quem respondeu foi um representante do grupo, e o outro questionário pessoal (apêndice 4), onde cada artesão respondeu individualmente.

No questionário geral, foram feitos questionamentos sobre as vendas, frequência de vendas, conquista de clientes, divulgação e possíveis melhorias que

um designer poderia trazer ao grupo em relação aos produtos. No questionário pessoal, os questionamentos realizados foram a respeito da satisfação do artesão com o trabalho, quantidade de vendas, técnicas, materiais utilizados e sobre a importância da intervenção de um designer no grupo.

A partir das características mencionadas no questionário pessoal e geral, foram elaborados fluxogramas explicativos que indicam os pontos relevantes levantados em cada grupo.

A Figura 26 apresenta os pontos mais relevantes do grupo **Favos do Sul**, de forma a indicar resultados influenciados pela relação que o artesão possui com o trabalho artesanal e as intervenções recebidas.

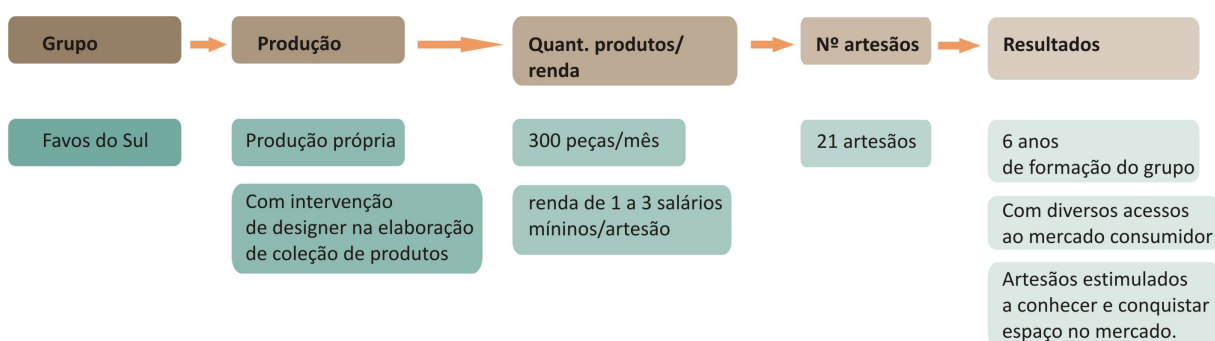


Figura 26 – Fluxograma de características do grupo Favos do Sul

O grupo Favos do Sul, que participou da primeira etapa da pesquisa, ampliou a forma de venda, agora realiza feiras para varejo e atacado, vendas em atacado, varejo e pela internet. Para que o cliente permaneça comprando, ligam e enviam mensagens eletrônicas regularmente. A especificação das vendas foi em quantidade de peças, uma média de 300 por mês, o que consideram vendas medianas. O destino da produção é o mercado estadual, nacional e internacional. A cooperativa é administrada por todos os cooperados, porém, uma das artesãs é responsável pela maior parte das atividades. A divulgação do trabalho é realizada através de feiras, lojas do ramo e pela internet. O grupo sempre produziu as entregas programadas dentro do cronograma estipulado de acordo com as especificações de qualidade exigidas pelo cliente e afirma ter atingido todas as suas metas e expectativas dos integrantes.

Para os produtos serem elaborados, que acontece por coleções, contratam um designer, com auxílio do SEBRAE e EMATER (Associação Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural) ou os cooperados mesmos os desenvolvem. O grupo usa como materiais diferentes tipos de tecidos, pois são o que conseguem trabalhar melhor a técnica que dá o nome ao grupo, os favos. Classificam seus trabalhos como tradicionais e de referência cultural. Os objetos se dividem em adornos, acessórios, decorativos e utilitários.

O grupo, que já teve a intervenção de designers, afirma que houve melhora nos produtos, na qualidade, na estética e nas vendas e não estabeleceram pontos negativos sobre a intervenção de designers.

No questionário pessoal, as artesãs colocaram que participam do grupo entre um e seis anos e são 21 participantes. Algumas artesãs têm a atividade artesanal como principal, mas a maioria delas como atividade secundária. Trabalham no grupo por realização pessoal, tradição familiar e complementação de renda. Os produtos que confeccionam são almofadas, bolsas, colchas e cachecóis. Os trabalhos são divididos pela coordenadora do grupo de acordo com a habilidade técnica de cada artesã. Elas relataram estar muito satisfeitas com o trabalho e com os produtos desenvolvidos, afirmando que, a cada peça produzida, é uma satisfação. As artesãs gastam em média de quatro a oito horas diárias em trabalhos do grupo. Citaram como principais problemas enfrentados na atividade artesanal a aquisição de matéria-prima, financiamentos, capacitação, orientação técnica e embalagens. As artesãs mencionaram que a renda gerada é um complemento na renda familiar e é significativo ao fim de cada mês. A média de renda gerada está entre um e três salários mínimos. Todas consideraram importante a intervenção de designer, já que, toda vez que é elaborada uma nova coleção, as vendas aumentam.

No questionário pessoal e geral foram mencionadas características do **Projeto Canoa** e, a partir dessas foi elaborado um fluxograma (figura 27) com os pontos mais relevantes, de forma a indicar resultados influenciados pela relação que o artesão possui com o trabalho artesanal e as intervenções recebidas.

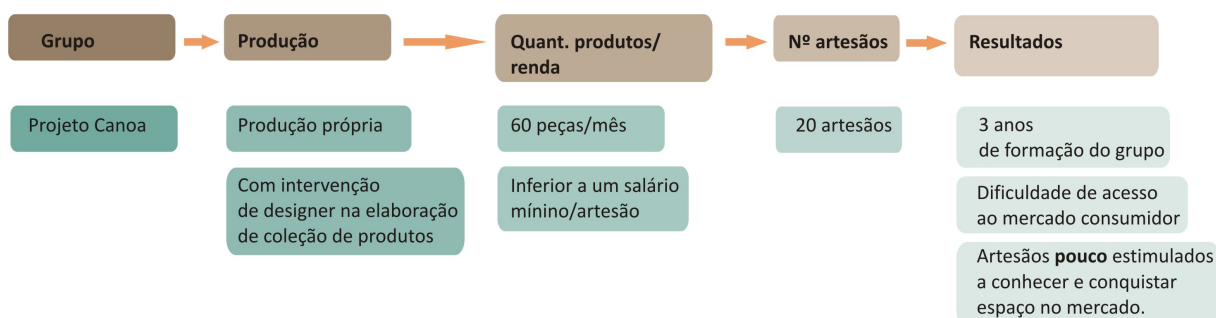


Figura 27 – Fluxograma de características do Projeto Canoa

O Projeto Canoa costuma realizar as vendas em feiras destinadas a lojistas e também pela internet. Para o cliente permanecer comprando, são enviados mensagens eletrônicas regularmente. Porém, consideram que suas vendas ainda são poucas, tendo uma média de R\$ 500,00 por mês. O destino final da sua produção é mercado estadual e nacional. O grupo, que participa de feiras para lojistas, geralmente, uma vez por ano, costuma vender a maior quantidade nessa ocasião, não conseguindo manter o volume de vendas nos outros períodos do ano, e, por esse motivo, a média de vendas fica aquém do desejado. A administração do grupo é feita por um administrador contratado, em geral, subsidiado por um parceiro. O grupo sempre entregou todos os pedidos nas datas planejadas e com a qualidade necessária. O grupo mencionou não ter alcançado suas metas e objetivos, não conseguindo atingir as expectativas dos artesãos, onde, segundo eles, o que faltou foi um maior apoio dos parceiros.

Para elaborar produtos, que é realizado por coleções, com frequência anual, contam com a contratação de designers, subsidiado por parceiro. Os materiais utilizados na confecção dos produtos são derivados de petróleo, como borrachas e plásticos, visto que o grupo iniciou suas atividades tendo como um dos parceiros a Petrobrás. Os objetos produzidos, em geral, são adornos, acessórios e utilitários classificados na categoria conceitual.

O grupo, que já teve a intervenção de designers, colocou que, com isso, houve melhorias nas vendas e nos produtos, pois elaboraram produtos inovadores. O ponto negativo, considerado pelo grupo, na intervenção de designers, foi o desenvolvimento de alguns produtos muito sofisticados e de alto valor, de difícil comercialização.

No questionário pessoal, as artesãs mencionaram que participam do grupo entre um e três anos que realizam a atividade como secundária e são 20 participantes. Entraram no ramo artesanal para complementar a renda e por satisfação pessoal. Os produtos confeccionados são produzidos com material reutilizado e não têm uma técnica específica. A distribuição do trabalho é feita pela representante do grupo a fim de manter a continuidade e organização. A maior parte das artesãs mencionou que está satisfeita com o trabalho, mas que a demanda poderia aumentar, assim, teriam uma remuneração maior. As artesãs gastam, em média, de duas a seis horas de trabalho por dia no desenvolvimento dos trabalhos. Citaram como os principais problemas enfrentados na atividade artesanal a aquisição de material, a comercialização, a falta de equipamentos e instrumentos de trabalho, financiamentos e divulgação. Salientaram que a atividade artesanal do grupo representa muito pouco na renda familiar e que não pode ser considerada. Com esta atividade ganham menos de um salário mínimo por mês. Algumas artesãs disseram estar satisfeitas, pois não dependem da renda gerada no grupo, uma vez que, para elas, essa é uma atividade de descontração. O grupo, que já teve a intervenção de designers, foi unânime concordando sobre a importância desse trabalho, visto que o nível profissional melhorou assim como as vendas.

O fluxograma abaixo foi elaborado (figura 28) a partir das características do **Grupo Araucária**, mencionadas no questionário pessoal e geral, de forma a indicar resultados influenciados pela relação que o artesão possui com o trabalho artesanal e as intervenções recebidas.

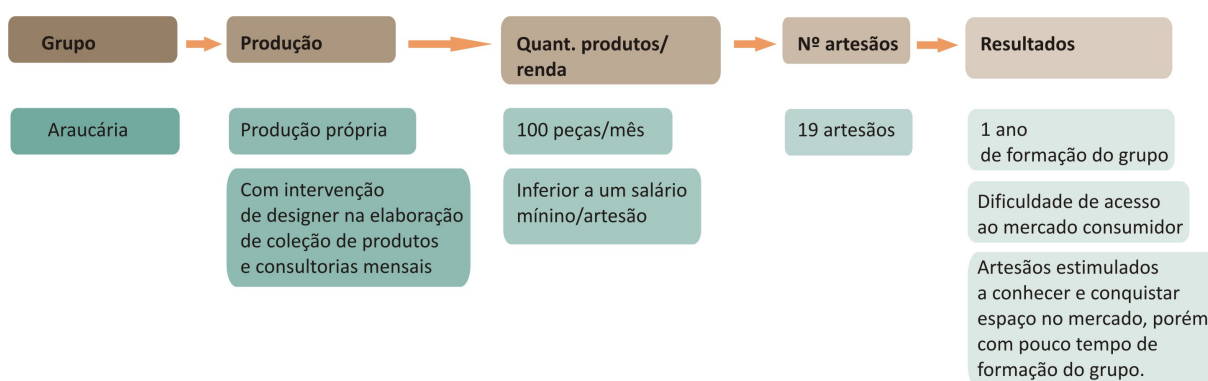


Figura 28 – Fluxograma de características do grupo Araucária

O Grupo Araucária realiza a maior parte das vendas em feiras para varejo, mas estão trabalhando para abrir pontos de venda. O grupo não costuma buscar os clientes, ou seja, manter contato para fazer com que ele mantenha as compras, porém, está ciente que é necessário mudar essa postura. Consideraram as vendas médias, ou seja, que ainda não são suficientes, porém, não revelaram o valor mensal de vendas, mas que ainda estão buscando o público adequado ao produto. O destino da produção é para clientes do mercado nacional. Até o momento, cumpriram todas as entregas e compromissos planejados com as especificações de qualidade desejadas. Mencionaram que ainda não alcançaram todas as metas estabelecidas, pois, em função da distância entre os municípios dos artesãos participantes do grupo, não conseguem organizar-se da forma desejada, porém, atingiram parcialmente as expectativas dos artesãos envolvidos.

A administração e tomada de decisões é feita por todos os participantes do grupo. A divulgação do trabalho é feita através da internet e nas feiras para varejo. Para elaborar produtos, o grupo conta com o auxílio do SEBRAE na contratação de designer que desenvolve produtos por coleções. Esse desenvolvimento é feito em reuniões mensais para ajustes e desenvolvimento dos novos produtos. Para o uso de materiais, procura-se priorizar os encontrados na região, como lã (a região tem criações de ovinos), madeira (áreas reflorestadas) e pinhão (araucária da floresta nativa). As técnicas utilizadas para o desenvolvimento dos produtos, em geral, são técnicas ligadas à tradição e folclore da região, tais como tecelagem, feltragem, bordado, tricô e couro. Consideram que seus produtos são classificados como artesanato tradicional e de referência cultural. Os objetos produzidos são adornos, acessórios, decorativos e utilitários.

O grupo, que ainda sofre a intervenção de designers, considera a melhora significativa nos produtos e aponta que a coleção se destaca diante de todas as situações em que se apresentou em feiras e eventos. Os benefícios que o designer trouxe para o grupo foi a otimização da forma, função, utilização de materiais e estética dos produtos, além de auxiliar na manutenção do foco e conceito da coleção. O ponto negativo, mencionado pelo grupo sobre a intervenção de designers, é que, se mal conduzido, pode inibir e bloquear o processo criativo ao qual o artesão está acostumado.

No questionário pessoal, os artesãos mencionaram que participam do grupo entre seis meses e um ano (época que o grupo foi formado) e o mesmo é composto de 19 artesãos. A maior parte dos integrantes tem a atividade artesanal como secundária, porém, alguns artesãos têm essa atividade como principal, considerando os trabalhos artesanais extra grupo. Os motivos que fizeram os artesãos entrarem nesse ramo foi realização pessoal, complementação de renda e tradição familiar. Os produtos que confeccionam são almofadas bordadas e em lã feltrada, bijuterias e acessórios em lã, miniaturas de animais da região de crochê e madeira, mantas de lã feltrada e tear, bolsas e carteiras de crochê. A divisão dos trabalhos é feita de acordo com a habilidade técnica de cada um. Todos estão satisfeitos com a demanda de trabalhos, mas alguns ressaltaram que poderia melhorar para aumentar a renda. Quase todos gostam dos produtos que fazem, porém, alguns mencionaram dificuldades técnicas para produzir. Boa parte do grupo gasta em média duas horas diárias com as atividades artesanais do grupo, entretanto, um dos artesãos possui uma loja dos produtos que confecciona (incluindo alguns produtos do grupo) e destina mais de oito horas em atividade artesanais. Os principais problemas enfrentados com a atividade artesanal citados foram a aquisição de material, a comercialização, a formação de preço dos produtos, a divulgação e a embalagem. Para a maior parte do grupo, a renda gerada não é satisfatória e gostariam de vender mais. Para a maior parte dos artesãos, a renda representa menos de um salário mínimo por mês, porém, para uma minoria, representa entre um e cinco salários mensais. Todos consideram importante a intervenção de designers, pois foram desenvolvidos produtos diferenciados dos demais oferecidos pelo mercado artesanal e, por isso, aumentaram as vendas.

A partir do questionário pessoal e geral, foi elaborado um fluxograma (figura 29) com as características mais relevantes do **Grupo Crescendo Juntos**, indicando efeitos resultantes da trajetória do trabalho do artesão juntamente com o grupo.

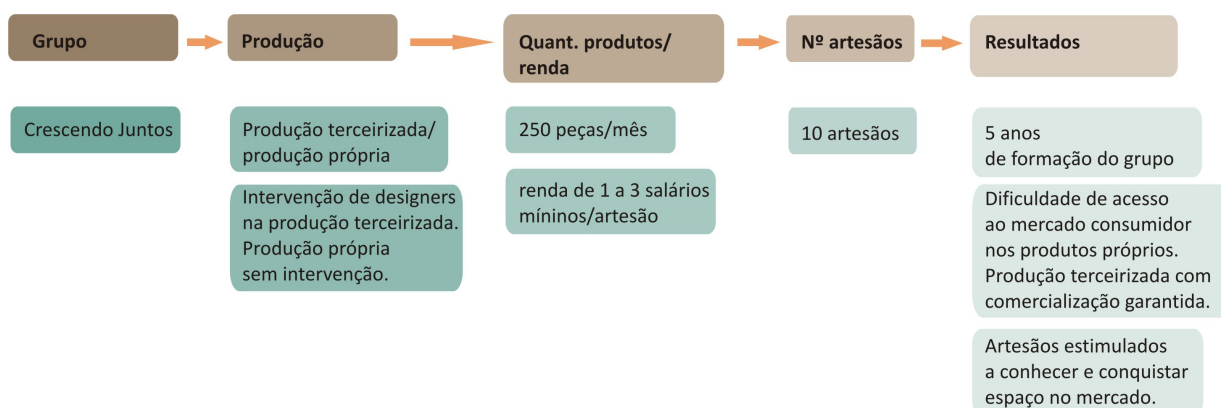


Figura 29 – Fluxograma de características do grupo Crescendo Juntos

O Grupo Crescendo Juntos, que participou da primeira etapa da pesquisa, com uma análise preliminar, respondeu novamente os questionários, agora mais completos. As maiores diferenças percebidas foram que o grupo aumentou de seis artesãs para entre sete a dez (ressaltaram que essa média oscila). As vendas, agora, são feitas em atacado (preferem fazer vendas de quantidades acima de seis peças) e com produção terceirizada para lojistas e designers e relataram que não costumam entrar em contato com os clientes para que permaneçam comprando, mas isso acontece eventualmente. Produzem, por mês, uma média de 250 peças. Consideram as vendas médias, ou seja, que ainda poderia melhorar, e que têm como objetivo oferecer produtos próprios no mercado, por acreditar que melhorarão as vendas. O destino da produção é local (peças próprias) e nacional (peças para produção terceirizada). Uma das integrantes do grupo é que costuma tomar a frente das decisões para desenvolver os trabalhos. A divulgação do trabalho é feita, geralmente, em feiras. Quando o grupo iniciou a produção terceirizada, prometeram prazos que não conseguiram cumprir, mas, com o tempo e a experiência, estão se ajustando, porém, sempre primando pela qualidade do produto. O grupo ainda não conquistou todos os objetivos planejados, mas acreditam que agora, depois de cinco anos de formação, estão conseguindo mostrar o seu trabalho.

Para elaborarem produtos, são os próprios integrantes que os fazem. Eles não têm uma frequência exata para serem elaborados e depende da matéria-prima disponibilizada no momento (visto que o grupo faz muitos produtos com resíduos, como tecidos, couro e borracha). As técnicas utilizadas são diversas. Inicialmente são utilizadas as que tenham conhecimento, mas tentam sempre acrescentar novas

técnicas. Classificam seus produtos como “trabalhos manuais”. Os produtos do grupo são adornos, acessórios, decorativos e utilitários.

O grupo produz objetos criados por designers na produção terceirizada, mas não teve produtos próprios desenvolvidos por um designer, porém, acreditam que é fundamental essa intervenção. Acreditam que o benefício que a intervenção de designers esteja no desenvolvimento de produtos com novas ideias e no aprimoramento da mão-de-obra.

No questionário pessoal, o grupo mencionou ser formado entre sete a dez artesãos que participam em média há cinco anos. A maioria tem essa atividade como principal e entraram no ramo artesanal como uma distração. Os produtos que confeccionam são bijuterias, tapetes, jogos americanos e almofadas. As distribuições dos trabalhos são feitas por habilidade técnica para terem um melhor aproveitamento da mão-de-obra. Estão satisfeitos com a demanda de trabalho e com os produtos que fazem, mas gostariam de melhorar, pois, hoje, trabalham muito com produções terceirizadas e pretendem ter seus produtos no mercado. Dedicam de seis a oito horas diárias de trabalho na atividade artesanal, mas, dependendo da demanda, trabalham mais de oito horas diárias. Os principais problemas que enfrentam nessa atividade são a comercialização e divulgação do trabalho. A renda gerada ainda não é satisfatória, mas ajuda muito na renda familiar. A renda média mensal com a atividade artesanal é de um a três salários mínimos. Todos consideraram importante a contribuição que um designer pode oferecer no desenvolvimento de produtos, na melhoria da qualidade e mostram uma nova forma de perceber os produtos desenvolvidos.

No questionário pessoal e geral foram mencionadas características do grupo **Amigas Arteiras** e, a partir dessas foi elaborado um fluxograma (figura 30) com os pontos mais relevantes, indicando resultados oriundos da relação que o artesão possui com o trabalho artesanal e as intervenções recebidas.

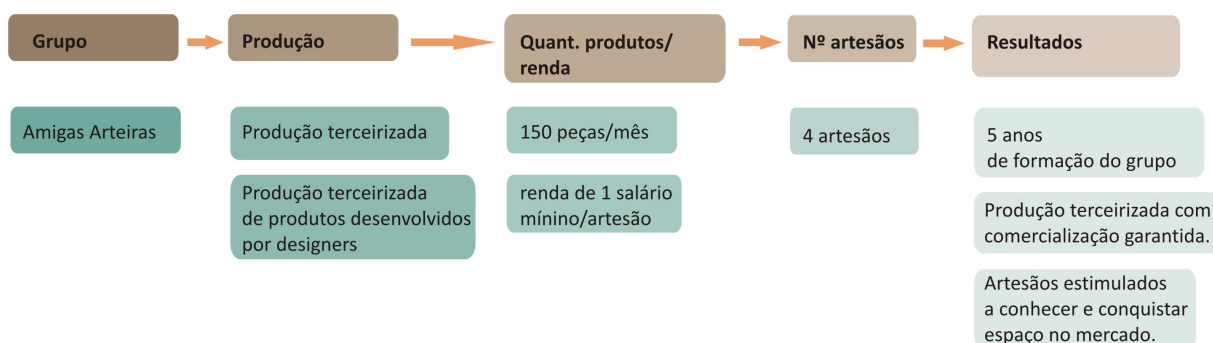


Figura 30 – Fluxograma de características do grupo Amigas Arteiras

O grupo Amigas Arteiras tem toda sua produção terceirizada, ou seja, todos os produtos artesanais que produzem é para empresa, onde foi a demanda inicial que auxiliou na formação do grupo. A produção média é de 150 peças por mês com grande abrangência no mercado nacional. Todos os integrantes do grupo auxiliam na administração dos trabalhos, porém, duas artesãs coordenam a maior parte da divisão dos trabalhos e lucros. Como a comercialização é exclusiva e terceirizada, o grupo não se preocupa com divulgação do trabalho. Também não possui produtos próprios, somente produtos para terceiros, por isso, não tem a preocupação no desenvolvimento de produtos. A frequência de troca de produtos é definida pelo cliente. Os materiais utilizados nos produtos são retalhos de tecido, também definidos pela demanda do cliente. As técnicas utilizadas são crochê e tricô. Os objetos produzidos são classificados como conceituais e produção seriada. As características do uso dos objetos são decorativas e utilitárias.

Após alguns ajustes no início da produção, sempre conseguiram realizar as entregas planejadas e primam pela qualidade dos produtos, ou seja, tomam o cuidado de entregar produtos dentro das especificações de qualidade exigidas pelo cliente. O grupo afirma ter alcançado as metas desejadas, suprimindo as expectativas dos artesãos.

Como os objetos produzidos foram desenvolvidos por designers, consideram que devido a esse profissional garantem seus trabalhos. Como maior benefício referente à intervenção de designers, julgam a venda em grandes quantidades, pois, se fossem comercializar produtos próprios sozinhas, seria mais difícil de atingi-las. O ponto negativo que ressaltaram foi que, como trabalham com produção seriada, acabam cansando de manufaturar o produto por ser uma tarefa repetitiva.

No questionário pessoal, as participantes mencionaram participar do grupo desde seu início (outubro de 2009), composto de quatro artesãs, as mesmas têm a atividade artesanal como principal. Entraram nesse ramo por realização pessoal, buscando cursos de formação para complementar suas rendas. Os produtos que confeccionam são almofadas e *sousplats*. A divisão dos trabalhos é feita pela necessidade das integrantes. As artesãs estão satisfeitas com a quantidade de trabalho, porém, uma delas acredita que poderia aumentar. Gostam dos trabalhos que fazem porque acham bonitos, gera renda e ocupa o tempo livre. O tempo de trabalho diário está em torno de quatro a seis horas. Indicaram como problemas enfrentados a aquisição de matérias-primas, equipamentos e instrumentos de trabalho na formação do grupo, mas que, hoje, já está superado. A renda gerada pela atividade artesanal auxilia na renda familiar, mas desejam ganhar mais, pois representa cerca de um salário mínimo mensal. Todas consideraram importante a intervenção que um designer pode dar, pois acreditam que o mesmo tem uma visão dos produtos, alavancando as vendas.

A partir do questionário pessoal e geral, foi elaborado um fluxograma (figura 31) com as características mais relevantes do grupo **Tramas e Cores**, de forma a mostrar pontos resultantes da relação que o artesão possui com o trabalho artesanal e as intervenções recebidas.

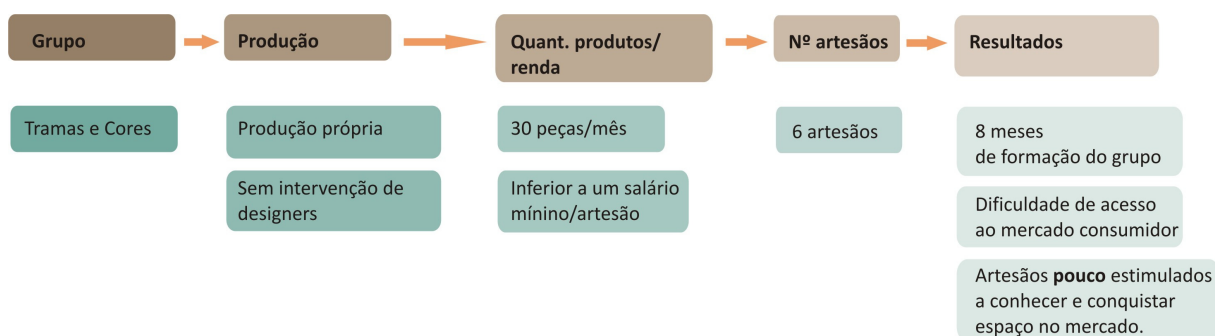


Figura 31 – Fluxograma de características do grupo Tramas e Cores

O grupo Tramas e Cores realiza a maior parte das vendas em feiras para varejo e não costuma entrar em contato com o cliente após a venda, no entanto, colocam seus contatos na etiqueta do produto, facilitando o acesso do cliente. O grupo considera suas vendas fracas, pois a média mensal é menor que um salário mínimo no total. Atribuem isso à falta de um local fixo para as vendas. O destino da

produção é o mercado local e estadual. Quem realiza a administração do grupo é uma das artesãs. A divulgação do trabalho do grupo é feita exclusivamente nas feiras que participam. O grupo sempre produziu as entregas planejadas, pois sempre priorizam pelo compromisso e qualidade. Atingiram as expectativas dos integrantes em relação à satisfação com o trabalho realizado, porém, o retorno financeiro ainda é pouco.

Os produtos elaborados não são feitos por coleções, mas por peças avulsas e variadas, de acordo com a necessidade do artesão e do grupo. Os materiais que utilizam são variados. Inovam de acordo com as ofertas do mercado, como tecidos, feltros, lãs, linhas, vidros, colas, manta acrílica, plumante, resíduos em geral. As técnicas utilizadas também são variadas. O grupo não tem uma marca de uso de técnica ou referência cultural. Algumas das técnicas usadas são *patchwork*, fuxico, pintura em madeira, *biscuit*, bonecas de pano, pintura em tecido, bordados. Classificam os objetos produzidos como conceituais, arte popular e tradicionais, sendo adornos, acessórios, decorativos e utilitários.

O grupo nunca teve intervenção de designers e, por esse motivo, não soube levantar pontos positivos e negativos que esse tipo de trabalho poderia trazer ao grupo.

No questionário pessoal, foi citado que o grupo é composto de seis artesãs, sendo que duas participam desde a formação do grupo (cinco anos), uma participa há dois anos, outra participa há um ano e duas artesãs há dois meses. Todas têm a atividade artesanal com principal para complemento de renda familiar e realização pessoal. Os produtos que confeccionam são flores, móveis, bolsas, bordados, panos de prato bordados e pintados, bonecas de pano, chaveiros, acolchoados, bolsas ecológicas, carteiras, aventais, almofadas, luvas de cozinha, entre outros. A divisão dos trabalhos é feita pela habilidade técnica de cada artesão, ou seja, cada um faz o produto que melhor sabe, pois acreditam que é a melhor forma de trabalho. Não estão satisfeitas com a demanda de trabalho, pois produzem e não têm onde vender. Todas gostam muito e se realizam fazendo trabalhos artesanais. A média de horas trabalhadas pelas artesãs varia de duas a oito horas diárias. Apontaram como principais dificuldades enfrentadas pelo grupo a comercialização, divulgação e formação de preço do produto. A renda gerada pelo trabalho desenvolvido, embora faça bastante diferença ajudando na renda familiar, ainda não satisfaz as artesãs

que acreditam que o trabalho do artesão é pouco valorizado. A renda gerada é inferior a um salário mínimo. O grupo, que ainda não teve acesso ao trabalho de um designer no artesanato, acredita que esse tipo de intervenção só iria contribuir no grupo, pois seriam novas ideias que alavancariam as vendas.

4.2.2 Entrevistas

Durante a fase de pesquisa, quando foram aplicados os questionários, os artesãos e alguns designers que realizam trabalhos na área do artesanato, foram entrevistados.

4.2.2.1 Entrevistas com artesãos

A fim de obter mais informações a respeito do trabalho dos artesãos e suas expectativas em relação ao trabalho artesanal, através de sua fala, foi possível levantar informações das experiências vividas pelas artesãs, contribuindo de forma significativa nesta pesquisa.

Em conversa estabelecida com a artesã e presidente do grupo Favos do Sul, durante a primeira fase da pesquisa (piloto), a mesma relatou o seguinte:

“... o que eu percebo é que quando vamos expor nossos produtos nas feiras, encontramos vários grupos de artesãos e nas feiras seguintes esses grupos não estão mais participando da feira. Pelo que sei, quando eles deixam de receber o apoio (na maior parte das vezes do SEBRAE), os grupos não conseguem mais se manter sozinhos”. (Marisete)

Na segunda fase da pesquisa (final), foi questionado aos artesãos qual a expectativa deles em relação ao trabalho artesanal e qual a percepção dos mesmos em relação a outros grupos de artesãos.

Em conversa com a atual presidente do grupo Favos do Sul (houve a troca de presidência no intervalo da pesquisa piloto para a pesquisa final), foi questionado o que o grupo espera do trabalho artesanal e as percepções das mesmas em relação aos clientes. A mesma relatou o seguinte:

“...ontem mesmo nós (grupo) estávamos conversando sobre o que pretendíamos alcançar com o grupo e todas queremos trabalhar com artesanato para sempre. É um trabalho que levamos a sério, não é passatempo.” (Maria)

“...acredito e percebo nos clientes que eles estão mais motivados a comprar artesanato, que o artesanato está despertando o interesse das pessoas.” (Maria)

A artesã que coordena o Projeto Canoa, que já teve a intervenção de designers, porém, o grupo vive com maior intensidade na realidade do seu município, sem ter relação com grupos que está no mesmo nível de conhecimento, disse o seguinte:

“...pretendemos trabalhar com artesanato para sempre, pois é o que amamos fazer, mas acho muito difícil sobreviver dessa profissão.” (Edy)

“...convivo com grupos aqui de Canoas e o que vejo é que existe pouco incentivo para os grupos. Também percebo que os artesãos querem fazer parte de um grupo que seja uma família, um refúgio. Acabam entrando em grupos de artesanato para sair da rotina, mas claro, também, com o objetivo de gerar renda.” (Edy)

A artesã que coordena a maior parte das atividades no grupo Crescendo Juntos (grupo que não teve intervenção de designer nos seus produtos) relatou um desânimo das artesãs, acredita que falta visão de futuro e paciência para resultados em longo prazo.

“...eu não estou vendo os resultados que eu esperava em relação ao grupo. Isso está me desanimando e, principalmente, os outros integrantes do grupo. Quando atingimos o objetivo de conseguir produções terceirizadas, ou seja, bastante trabalho, as artesãs começaram a querer desistir.” (Izabel)

“...não tenho outros grupos como referência, sempre tive orgulho do meu grupo, por ser responsável e motivado. Isso está um pouco diferente agora. Nos outros grupos, sempre percebi uma troca grande de artesãos. Todos esperam resultados imediatos e, quando tem muito serviço, acham ruim...” (Izabel)

A artesã que coordena o grupo Tramas e Cores colocou que a atividade artesanal é algo muito sério para os componentes do grupo.

“...é uma atividade profissional, não é passatempo. Participamos de todas feiras e eventos que podemos. Nós dependemos muito dessa renda. Ela é complementar, mas faz diferença no orçamento...” (Carmen Lúcia)

“...o que percebo nos outros grupos, é algo que acontece no meu também. Nós temos muita dificuldade de comercialização e divulgação. É muito difícil ter um ponto fixo (loja) de venda. O que vejo também é a ansiedade dos artesãos em resultados imediatos. Se não der lucro logo

que entram, eles desistem do grupo. Preferem vender de porta em porta a ir em uma feira, porque acham que dá muito trabalho.” (Carmen Lúcia)

O grupo Amigas Arteiras, que trabalha produzindo objetos artesanais de forma terceirizada, sem produção própria, diferentemente dos outros grupos, foi questionado sobre o que esperam da atividade artesanal e o que percebem de outros grupos de artesãos.

“...estamos satisfeitas com esse trabalho pois gostamos muito de artesanato. Queremos crescer trabalhando com artesanato.” (Maristel)

“...conhecemos grupos organizados e outros não. Tem grupos muito trabalhadores, mas também notamos a entrada e saída frequente de artesãos nos grupos.” (Maristel)

Desta forma, pode-se concluir que a maioria dos integrantes dos grupos está satisfeita com o trabalho artesanal, porém, alguns ainda almejam gerar mais renda com essa atividade. Quanto ao que percebem dos outros grupos, é que há muita desistência por parte dos artesãos quando têm muito trabalho e alguns acabam desistindo. Possivelmente, os artesãos deveriam ser mais estimulados, pois não pode-se apontar o trabalho artesanal como o que torna dificultosa a atividade.

4.2.2.2 Entrevistas com designers

Ainda foram entrevistados alguns designers que trabalham com artesanato em consultorias em grupos de artesãos para o desenvolvimento de novos produtos e melhoria da qualidade. As questões abordadas foram as seguintes:

1. Qual é a sua opinião em relação aos benefícios que a intervenção de um designer pode oferecer a um grupo de artesãos?

2. Para a sobrevivência das atividades artesanais de um modo geral, você acredita que a intervenção de designers em grupos de artesãos é importante? Por quê?

3. Na sua percepção, como os grupos desenvolvem as atividades de gestão/administrativas? Falta conhecimento da parte deles?

O designer Eduardo Barroso¹⁴, que desenvolve trabalhos na área de artesanato com abrangência nacional, referente às questões abordadas, mencionou as seguintes respostas:

1. *“Desenvolver novos produtos que venham de encontro às necessidades e anseios do mercado consumidor, porém, levando em conta a preservação dos referentes culturais e das tradições existentes nas comunidades artesanais.”*

(Eduardo Barroso)

2. *“Pela necessidade permanente de renovação do portfólio de produtos. Todo produto, qualquer que seja, tem um ciclo de vida. Antes que ele desapareça do mercado, é necessário reinventá-lo.”* *(Eduardo Barroso)*

3. *“Este é o ponto mais frágil. Falta cultura de gestão, organização, divisão de trabalho, competência administrativa. E isso não se aprende da noite para o dia.”*

(Eduardo Barroso)

A designer Nicole Verdi¹⁵, sócia da Oferenda Objetos, empresa que desenvolve produtos aliando design e artesanato, com experiência em consultorias em grupos de artesãos do Rio Grande do Sul, mencionou o seguinte sobre as questões abordadas:

¹⁴ Destacado designer do Brasil. Coordenou o Programa de Design do CNPq (1983 a 1986). Dirigiu o Laboratório Brasileiro de Design - LBDI (1987 a 1997). Criou e dirigiu o Centro de Design do Ceará (1997 a 2002). Criou os Laboratórios de Design para o Artesanato na Colômbia. Foi o primeiro designer da América do Sul a chegar a direção do ICSID – International Council of Societies of Industrial Design, cargo que ocupou por dois mandatos (1993 a 1995 e 1995 a 1997).

¹⁵ Arquiteta de formação, atua como designer na empresa Oferenda Objetos, desenvolvendo produtos que aliam design e artesanato. Também desenvolve essa função em consultorias em grupos de artesãos pelo SEBRAE/RS.

1. *“Acredito que a intervenção do designer sirva para ampliar a capacidade de criação e produção de um grupo de artesãos. Eles passam a ver que seu trabalho pode ser sempre aprimorado, modificado, ultrapassando as barreiras do convencional. Ao aceitar desenvolver produtos contemporâneos, voltados ao mercado, o grupo se desprende do condicionamento de apenas copiar. O artesão se torna mais forte e mais confiante, produzindo cada vez melhor e cultivando seu espaço no mercado.” (Nicole Verdi)*

2. *“Não acredito que seja a única saída. As técnicas artesanais sobreviveram no decorrer dos anos com a perpetuação através de gerações (principalmente entre as mulheres) e isto não tinha nada a ver com intervenções de designers. Hoje, esta é uma boa ferramenta, mas também existem outras formas de detectar e sustentar grupos que desenvolvem técnicas artesanais significativas para a cultura do local, que não dependem do design, mas de políticas fortes, de empreendedores locais, entre outros.” (Nicole Verdi)*

3. *“A gestão dos grupos é geralmente feita de forma amadora, feita por necessidade direta, não por organização. Não conheço nenhum grupo que faz plano de negócios, fluxo de caixa. O que acontece, na maioria das vezes, é de um artesão assumir a parte administrativa por ter mais facilidade com números e por ser mais organizado. A forma com que administram o grupo é, geralmente, a mesma com que administram sua contabilidade pessoal, sem nenhum conhecimento específico de gestão.” (Nicole Verdi)*

A arquiteta e designer Maria Cristina Azevedo Moura¹⁶, a Tina, que realiza trabalhos aliando design e artesanato em grupos de artesãos do Rio Grande do Sul e de outros Estados do País, deu as seguintes abordagens sobre as questões feitas:

1. Inserir-los dentro do mercado, através do olhar atento às potencialidades do grupo, às suas tradições do fazer. Junto a eles, encontrar soluções para execução de produtos contemporâneos e funcionais. Com raras exceções (produtos com tradição cultural - ex: arreios gaúchos) os produtos necessitam renovação para serem desejados, comprados e assim manter a tradição do fazer. (Maria Cristina Moura)

2. É fundamental, pois apreende o valor do fazer de determinado grupo, adequando produtos muitas vezes "banalizados" e despercebidos num mercado saturado. O olhar do designer com sensibilidade e de forma adequada pode fazer a diferença, trabalhando numa verdadeira parceria com os artesãos, tanto adequando produtos existentes quanto criando novos produtos. Qualquer trabalho junto às comunidades de artesãos exige cumplicidade e entendimento. Imposição não funciona. Só dará resultado o que todos acreditarem. É necessário entrar verdadeiramente na comunidade, vivenciar o dia-a-dia e compreender a sua história e a sua alma. A partir daí, o diálogo flui e torna-se prazeroso o trabalho em conjunto, com boas chances de sucesso. (Maria Cristina Moura)

3. É de fato o grande problema. Como se trata de um mundo novo, o do mercado mais exigente, existe muito desconhecimento. Uma das maneiras de diminuir o problema é identificar lideranças com capacidade de agregar e entender as dificuldades e trabalhar junto no processo inicial da apresentação dos produtos

¹⁶ Arquiteta de formação, atua também como designer de produtos juntamente com sua irmã Ana Luisa Lo Pumo, formando a premiada dupla Tina e Lui. Atuam também no desenvolvimento de produtos em grupos de artesãos pelo SEBRAE Brasil.

no mercado. É necessário oferecer cursos de capacitação para todos, mas não é o suficiente. Acompanhar o grupo durante um tempo é fundamental, assim como o desenvolvimento das lideranças ao longo do processo para que percebam a importância e a responsabilidade de executar e entregar a tempo os pedidos do novo mercado. O entendimento é fundamental. Esse é na verdade o grande gargalo para o seguimento de uma intervenção bem sucedida. (Maria Cristina Moura)

De acordo com a opinião dos designers entrevistados, o desenvolvimento de produtos artesanais com o auxílio de um profissional de design é uma forma de reinventar os produtos e seguir as tendências do mercado. O design não é o único meio de permitir que o artesanato sobreviva, mas é uma boa ferramenta. Também é opinião destes profissionais que a gestão dos grupos é realizada sem conhecimento técnico, que é um ponto frágil e falta preparo por parte dos artesãos.

4.2.3 Comparação estrutural dos grupos

No decorrer da pesquisa, foi percebido que as diferenças entre os grupos não eram constituídas apenas em grupos que tiveram a intervenção de designers, grupos que não tiveram intervenção e grupos com trabalho terceirizado. Além disso, diferenças como o tempo de formação do grupo, volume de vendas, estruturação do trabalho e diferentes tipos de demandas, foram percebidas.

Por esse motivo, foi desenvolvida uma tabela comparativa (tabela 5), que realça os diferentes estágios percebidos nos grupos, como o tempo de formação do grupo, estratégias de venda, forma de contato com o design, demanda, volume de trabalho e número de participantes.

Tabela 5 – Tabela comparativa dos estágios de formação dos grupos

	Tempo de formação do grupo	Número de participantes	Estratégia de vendas	Volume de trabalho do grupo	Forma de contato com designer
Favos do Sul	6 anos	21 artesãos	Feiras de atacado e varejo, vendas no varejo, internet e diretamente ao lojista (dois clientes fixos)	300 peças/mês	Consultorias, para desenvolvimento de coleção, subsidiadas por parceiro
Araucária	1 ano	19 artesãos	Feiras para varejo, tentativa de abertura de pontos de vendas	100 peças/mês	Consultorias mensais subsidiadas por parceiro
Projeto Canoa	3 anos	20 artesãos	Feiras de atacado e internet	60 peças/mês	Consultorias, para desenvolvimento de coleção, subsidiadas por parceiro
Crescendo Junto	5 anos	10 artesãs	Feiras para varejo, vendas em atacado e terceirização de serviços	250 peças/mês	Para a produção própria, não tem contato. Os trabalhos terceirizados são desenvolvidos por designers
Tramas e Cores	5 anos	6 artesãs	Feiras para varejo	30 peças/mês	Não tem contato
Amigas Artesãs	8 meses	4 artesãs	Terceirização de serviços artesanais	150 peças/mês	Os trabalhos terceirizados são desenvolvidos por designers

O grupo Favos do Sul, que existe há mais tempo que os demais, já recebeu tanto a intervenção de designers como preparação para tarefas administrativas. Pode-se afirmar que está consideravelmente mais organizado que os outros grupos. Possui dois clientes fixos e entregam mensalmente uma média de 300 peças. Além dos clientes fixos, uma ou duas vezes por ano, participam de feira para atacado, o que aumenta consideravelmente as vendas.

O grupo Araucária existe há apenas um ano e ainda está buscando a clientela. Participam de feiras para varejo, porém, nem todas as feiras que participaram o público absorve o tipo de produto confeccionado pelo grupo. Estão focados na abertura de pontos de vendas, mas ainda falta ajustar detalhes

administrativos como logística e fornecimento de nota fiscal para o lojista. Produzem uma média mensal de 100 peças, porém, a maior parte desses produtos são *souvenirs*, não causando muito impacto nas vendas.

O projeto Canoa existe há três anos e ainda não conquistou as vendas que pretendem atingir, muito se deve pelo grupo estar um pouco desestimulado e ter a troca frequente de artesãs. Realizam feiras para atacado, que é quando fazem a maior quantidade de pedidos, inclusive com vendas internacionais. Também realizam vendas pela internet, através do blog www.projetocanoa.blogspot.com. Produzem uma média de 60 peças por mês, variando muito a quantidade nas épocas de feira para atacado.

O grupo Crescendo Juntos, que existe há cinco anos, experimenta diferentes tipos de demanda, como a produção própria, sem intervenção de designers, realizando em feiras para varejo e a produção terceirizada de produtos desenvolvidos por designers, o que aumenta consideravelmente o número de peças produzido mensalmente. Dessa forma, o grupo consegue produzir 250 peças por mês e sem os terceirizados somariam somente com os produtos do grupo, a média seria muito menor, em torno de 50 peças por mês.

O grupo Cores e Tramas, que existe há cinco anos, realiza as vendas somente no varejo, em feiras. O número de integrantes ainda é pequeno e, assim, as vendas são em média de 30 peças por mês, o que aumenta em épocas de datas festivas, como Natal e Dia das Mães. Como desenvolvem um variado número de produtos executados com grande tipo de materiais, ainda não conseguiram definir o público-alvo e, portanto, tentam sempre inovar desenvolvendo produtos e usando mais materiais. Nesse caso, a intervenção de um designer, com foco no mercado que pretende atingir, seria de grande valia, pois ajudaria o grupo a desenvolver uma linha de produtos baseada em um conceito, usando uma variação menor de materiais e técnicas.

O grupo Amigas Arteiras, existe há menos de um ano e focou em uma forma diferente de trabalho artesanal, terceirizando seus serviços. Dessa forma, não precisam se preocupar em conquistar mercado e em desenvolver produtos. O grupo tem produção de 150 peças por mês confeccionadas por quatro artesãs. Ainda gostariam de aumentar essa produção e esse pode ser considerado um limitador desse tipo de serviço, pois dependem do aumento das vendas dos produtos dos

seus clientes. Outra alternativa seria aumentar o número de clientes para produção terceirizada, assim, provavelmente, teriam de aumentar o número de artesãs no grupo, o que consideram de certa forma, um problema, pois nem todos os artesãos estão dispostos a trabalhar com uma alta produção de objetos.

4.2.4 Materiais e Técnicas utilizadas nos Grupos Participantes

Na aplicação do questionário e de entrevistas realizadas com os integrantes dos grupos, foram questionados os tipos de materiais e técnicas mais utilizadas pelo grupo.

a) Favos do Sul

O grupo Favos do Sul usa com maior frequência as técnicas: favo, costura, bordado e crochê. A técnica “favo” é usada na confecção da bombacha (calça que faz da indumentária) do gaúcho (denominação das pessoas com naturalidade no Estado do Rio grande do Sul e denominação dada às pessoas ligadas à pecuária). A partir da indumentária gauchesca, bem característica da região onde o grupo se encontra, foi iniciado o desenvolvimento de produtos com esse tipo de bordado. As matérias-primas utilizadas são linhas e tecidos em geral.

b) Araucária

O grupo Araucária prioriza usar técnicas artesanais tradicionais, em geral ligadas à tradição e folclore da região, como a tecelagem, feltragem de lã, bordado, tricô e couro. Para a escolha de materiais procuram dar preferência aos encontrados na região, como lã (a região tem criações de ovinos), madeira (a região tem grandes áreas reflorestadas) e pinhão (região típica de araucária de floresta nativa), fios e tecidos. Os produtos que confeccionam são almofadas bordadas e em feltro de lã, bijuterias e acessórios em lã, miniaturas de animais da região de crochê e madeira, mantas de lã feltrada e tear, bolsas e carteiras de crochê.

c) Projeto Canoa

No projeto Canoa, as técnicas utilizadas estão relacionadas ao tipo de material, visto que o grupo foi formado para trabalhar com resíduos da indústria. Em geral, trabalham com corte, costura e colagem de material reutilizado. Os materiais

são todos resíduos de polímeros, como garrafas plásticas e borracha. Os produtos desenvolvidos são bijuterias e objetos decorativos (luminárias).

d) Crescendo Juntos

O grupo Crescendo Juntos utiliza diversas técnicas, como macramê, crochê, tricô, bordado, tear, pintura em madeira, pintura em tecido e costura. As matérias-primas utilizadas são: material reutilizado (resíduos de tecido, garrafas PET, manta acrílica de PET e resíduos de madeira), linhas e tintas. O grupo Crescendo Juntos está localizado em um grande centro urbano, na capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Por esse motivo, são acessíveis ao grupo os resíduos de indústrias, visto que nesse município, e na região metropolitana, existem indústrias de diversos ramos. O grupo usa os resíduos com técnicas artesanais variadas.

e) Amigas Arteiras

O grupo Amigas Arteiras, que surgiu a partir de uma demanda de trabalho, ou seja, o que produzem é terceirizado, não tem produtos próprios. Os objetos produzidos são almofadas e *souplast*, confeccionados em crochê com retalhos da indústria têxtil.

f) Tramas e Cores

O grupo Tramas e Cores usa técnicas diversificadas sem referência cultural ou alguma técnica que referencia o grupo. Algumas das técnicas citadas pelas artesãs e usadas no momento da pesquisa são *patchwork*, fuxico, pintura em madeira, *biscuit*, bonecas de pano, pintura em tecido e bordados. Os materiais utilizados são tecidos, feltros, lãs, linhas, vidros, colas, manta acrílica, plumante, resíduos em geral. O grupo costuma inovar sempre que o mercado oferece alguma matéria-prima diferenciada. Os produtos desenvolvidos e comercializados pelo grupo são flores, móveis, bolsas, bordados, panos de prato bordados e pintados, bonecas de pano, chaveiros, acolchoados, bolsas ecológicas, carteiras, aventais, almofadas, luvas de cozinha. Costumam desenvolver produtos sempre que o mercado artesanal lança inovações.

4.2.5 Comparação de materiais, técnicas e produtos desenvolvidos pelos grupos

A partir da relação de materiais, técnicas e produtos desenvolvidos pelos grupos participantes da pesquisa, foi elaborada uma tabela para fazer uma comparação de forma clara entre os mesmos, podendo, assim, relatar diferenças e afinidades entre os grupos (tabela 6).

Tabela 6 – Comparação de materiais, técnicas e produtos dos grupos participantes

	Técnicas	Materiais	Produtos
Favos do Sul	Favos Costura Crochê Bordado	Linhas Tecidos	Almofadas Colchas Bolsas Cachecol
Araucária	Tecelagem Feltragem de lã Bordado Tricô Couro	Lã Madeira Pinhão Tecidos Fios	Almofadas Mantas Bolsas Carteiras Miniaturas Bijuterias de lã
Projeto Canoa	Corte Costura Colagem	Resíduos de borracha Resíduos de plástico	Bijuterias Acessórios Luminárias
Crescendo Juntos	Macramê Crochê Tricô Bordado Tear Pintura Costura	Resíduos de tecido Garrafas PET Manta Acrílica de PET Resíduos de madeira Linhas Tintas	Flores Pintura em tecido Pintura em madeira Bordado Crochê Tricô Bijuterias Almofadas Chaveiros Imãs de geladeira
Tramas e Cores	<i>Patchwork</i> Fuxico Pintura em madeira Biscuit Bonecas de pano Pintura em tecido Bordados	Tecidos Feltros Lãs Linhas Vidros Colas Manta acrílica Plumante Resíduos em geral	Flores Móveis Bolsas Bordados em geral Panos de prato bordados e pintados Bonecas de pano Chaveiros Acolchoados Bolsas ecológicas Carteiras Aventais Almofadas Luvas de cozinha
Amigas Arteiras	Crochê	Resíduo de tecido	Almofadas <i>Sousplat</i>

O Grupo Crescendo Juntos e o grupo Tramas e Cores usam diversas técnicas, materiais e desenvolvem uma diversidade maior de produtos que os

demais grupos. Os três grupos que já tiveram intervenção de designers conseguiram direcionar a produção focando em alguns produtos e técnicas, conseguindo, assim, ter maior melhor desempenho na comercialização e divulgação, até pelo menor investimento numa diversidade grande de materiais. O grupo Amigas Arteiras, que não tem produtos próprios, mas produz de forma terceirizada objetos desenvolvidos por designers, consegue aperfeiçoar os conhecimentos e habilidades na técnica desenvolvida, sem aquisição de muitos instrumentos de trabalho.

É intenção desta pesquisa tornar notáveis as diferenças que fazem um grupo ter mais destaque e, assim, poder contribuir com grupos diversos já constituídos ou em formação. Partindo deste princípio, pode-se afirmar que os grupos que tiveram intervenção de designers conseguiram direcionar esforços para os objetivos do grupo. Os três grupos que tiveram intervenção, Araucária, Favos do Sul e Projeto Canoa, limitaram o número de produtos e criaram linhas, identificando sua marca. O grupo Favos do Sul concentrou suas atividades para o uso da técnica de favos que é aplicada em produtos diversos, como almofadas, colchas, bolsas e cachecóis, assim, ficou conhecido pelo uso de uma única técnica. O Projeto Canoa concentra seus trabalhos no uso de polímeros rejeitados pela indústria, tornando-se a característica principal do grupo. O grupo Araucária tem como conceito comum entre os integrantes, a referência da cultura e paisagem local, portanto, todos os produtos desenvolvidos devem remeter às cores, cultura e a paisagem da região dos Campos de Cima da Serra/RS.

Os grupos que não tiveram intervenção de designers nos produtos próprios acabaram não conseguindo direcionar o trabalho, usando muitos materiais e tendo sempre de aprender novas técnicas acreditando que o mercado exige isso. O grupo Tramas e Cores não tem direcionamento no tipo de trabalho que desenvolve, portanto, acaba não encontrando o público-alvo correto. Assim, investem grande parte da renda gerada adquirindo novos materiais para fazer experiências no desenvolvimento de produtos. Sempre que percebem uma técnica sendo desenvolvida, acabam adotando-a, acreditando ser essa a melhor forma de se atualizar. O grupo Crescendo Juntos, que não teve intervenção de designers nos produtos próprios, usa muitas técnicas e muitos tipos de materiais nos seus produtos, não podendo, assim, se aperfeiçoar em alguma linha de produtos. O grupo

também atua terceirizando serviços sem precisar investir em materiais. A atividade terceirizada demanda mais horas de trabalho.

O grupo Amigas Arteiras se diferencia dos demais grupos (veja tabela 6), pois não tem produtos próprios e só trabalham terceirizando as atividades artesanais. Assim, o grupo não precisa investir em matéria-prima, uma grande vantagem, visto que se trata de um grupo com recursos financeiros escassos. Também podem se aperfeiçoar em uma técnica sem a necessidade de estar sempre se atualizando.

Os grupos com intervenção de designers conseguiram maior direcionamento dos produtos, técnicas e materiais trabalhados, enquanto o grupo que não teve nenhum tipo de intervenção investe em diferentes materiais e sempre busca aprender novas técnicas. Os grupos que realizam trabalhos terceirizados conseguem ter uma produção em maior quantidade.

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados desta pesquisa, através de questionário gerado e das entrevistas realizadas, embasadas na revisão da literatura, oportunizaram uma ampla discussão a respeito da gestão, da intervenção de designers em grupos de artesãos e do uso de materiais e técnicas, auxiliados pela experiência profissional da pesquisadora.

5.1 Gestão de grupos de artesãos

Ao longo dessa pesquisa, foi percebido que os grupos estão em estágios diferenciados no andamento dos seus trabalhos. Algumas variáveis que os diferenciam são: o tempo de existência, a organização do trabalho, a determinação para atingir os resultados desejados e os tipos de clientes a serem conquistados (veja tabela 5). Para o bom funcionamento de um grupo é necessária uma gestão adequada, ou seja, que faça o grupo evoluir à finalidade desejada. Normalmente, os grupos de artesãos são formados por uma necessidade imediata que, quase sempre, é a de aumentar a renda familiar dos envolvidos. Dessa forma, a preocupação maior é a produção e, em segundo lugar, a comercialização, sem grande preocupação em administrar esses esforços. A pesquisa permitiu o aprofundamento na rotina dos grupos, auxiliada pela experiência pessoal da pesquisadora, bem como a melhor compreensão da realidade vivida pelos grupos, servindo, inclusive, de fonte de dados para futuras ações relacionadas a grupos de artesãos.

As intervenções de designers aconteceram para elaborar linhas de produtos, aprimorarem técnicas e otimizar o uso de materiais e, também as consultorias na área comercial, ocorreram para auxiliar na formação de preço e abertura de mercado consumidor. Estas possibilitaram aos grupos um avanço maior que os demais, principalmente em relação aos produtos, possuindo linhas de produtos com conceitos estabelecidos, racionalizando o uso de materiais e técnicas, otimizando o trabalho e o capital investido. Conforme mencionado em SEBRAE (2007), a atividade artesanal é viável e pode sustentar-se, mas, para isso, os artesãos deverão estar capacitados e organizados.

Relatando o andamento dos grupos, é possível verificar a real trajetória e dificuldades vividas por estes. Observa-se que falta pouco àqueles grupos que tem determinação, onde profissionais do design e de administração podem auxiliá-los.

O grupo Favos do Sul, que já teve intervenção de designers, pode ser classificado como mais organizado e determinado entre os grupos pesquisados. Existe a administração das atividades do grupo, empenho e comprometimento na execução das tarefas, bem como a determinação dos integrantes do grupo em receber grandes pedidos de produtos e finalizá-los sem atrasos. Pode-se afirmar que o grupo já se entende como uma empresa e a união dos participantes torna o trabalho mais fácil. Como relata Barroso (2009), o artesão precisa cumprir prazos e manter a qualidade de seus produtos, pois senão estará se encaminhando para o fracasso.

No grupo Araucária, que tem intervenção mensal de designer, bem como a consultoria de um profissional administrativo, falta estímulo para o trabalho por parte de alguns integrantes, alegando a falta de retorno comercial imediato e, por outro lado, tem integrantes que apresentam uma boa visão administrativa. O grupo ainda tem pontos a serem ajustados, até mesmo entre os artesãos, pois em algumas atividades que apenas alguns deles desenvolvem (logística dos produtos para feiras), sobrecarregando-os. Conforme observação realizada, acredita-se que o grupo tem bom potencial, desde que haja entendimento dos participantes que o grupo deve trabalhar com objetivos em comum. Além disso, por ser o grupo mais estruturado da sua região, ele pode divulgar não só o artesanato, mas também podem auxiliar o turismo da região. Conforme comentado no item 2.1.1, para o bom funcionamento de um grupo, é necessária a gestão adequada.

No Projeto Canoa, que já teve a intervenção de designers, observa-se que falta estímulo de parte dos participantes do grupo. O grupo espera que seus parceiros subsidiem financeiramente parte de suas atividades (participações em feiras, consultorias) e, se o mesmo não acontece, o grupo geralmente fica sem ação, dificultando a abertura de mercado. Conforme relatado pela coordenadora do grupo, alguns dos participantes entendem a atividade artesanal como uma forma de sair da rotina, pois não dependem da renda gerada pelo grupo, o que possivelmente faz com que as mesmas não trabalhem com o mesmo estímulo de quem faz desta, sua atividade financeira.

O grupo Crescendo Juntos não teve a intervenção de designers, porém, tem uma produção terceirizada de objetos desenvolvidos por designers, diversificando seu trabalho. Na primeira fase da pesquisa, o grupo não tinha a produção terceirizada e, portanto, desenvolviam uma variada quantidade de produtos com diferentes materiais. Na segunda fase, o grupo permanece com a produção própria e passou a ter parte de sua produção terceirizada, assim, aumentaram quantidade de peças produzidas e seu lucro. Cabe salientar que como o seu trabalho é terceirizado, não precisam conquistar clientes ou realizar a abertura de pontos de vendas. Dessa forma, classificam-se em duas categorias artesanais mencionadas, a de produtos semi-industriais pela produção terceirizada e trabalhos manuais pela produção própria. É um grupo bem estimulado a aumentar a produção. São comprometidos com prazos e qualidade e executam a atividade artesanal com responsabilidade. Porém, devem compreender a importância de ter uma pessoa desenvolvendo as atividades de gestão, pois, à medida que o grupo aumentar a produção, já que esse é um dos objetivos, haverá necessidade de organização administrativa. Segundo Valle et al. (2007), a falta de uma pessoa coordenando os interesses e diferenças dos participantes, pode haver falta de objetivação no trabalho.

O grupo Amigas Arteiras, diferentemente dos demais grupos, trabalha apenas com produção terceirizada para designers. A demanda ainda não é satisfatória e, nesse momento, o grupo depende do trabalho de terceiros. O grupo, embora seja recém-formado, é comprometido e eficaz. Prima por entregar produtos com a qualidade que o cliente espera.

O grupo Tramas e Cores, que não teve a intervenção de designers, ainda precisa estabelecer o tipo de cliente que pretende atingir e o tipo de produtos que querem desenvolver. Assim, o grupo desenvolve uma variação grande de tipos de produtos (decorativo, utilitário, uso pessoal, dentre outros) e, portanto, sendo necessário o uso de materiais muito diferenciados. O grupo é comprometido com suas entregas e qualidade, faltando, apenas, um auxílio no desenvolvimento de produtos e na comercialização. Como relata Borges (2003), o artesanato é um patrimônio que não pode ficar congelado no tempo. O grupo é comprometido com suas entregas e qualidade, pecando no direcionamento da liderança, gestão e auxílio no desenvolvimento de produtos e na comercialização.

Desta forma, foi pesquisado grupos em diferentes estágios de andamento, com diferentes formas de comercialização e produtos diferenciados embora todos sejam produzidos artesanalmente. Para a melhor compreensão dos diferentes estágios dos grupos e do andamento de suas atividades administrativas, na tabela 7 é representada a organização das atividades administrativas dos grupos de artesãos participantes da pesquisa.

Tabela 7 – Organização administrativa dos grupos de artesãos

Grupo	Quem gerencia?	Teve suporte administrativo?	Existe um cronograma de trabalho estabelecido pelo grupo?	Existe prestação de contas formal?
Favos do Sul	Uma participante é a coordenadora	Sim, na formação do grupo	Sim	Sim
Araucária	Uma participante é a coordenadora	Sim, possui desde a formação do grupo	Não	Sim
Projeto Canoa	Uma participante é a coordenadora	Sim, na formação do grupo	Não	Sim
Crescendo Juntos	Uma participante realiza a maior parte das atividades administrativas	Não	Sim	Não
Amigas Arteiras	O grupo todo	Não	Sim	Não
Tramas e Cores	O grupo todo	Não	Não	Não

Pode-se observar que os grupos mais bem direcionados, com compreensão das atividades administrativas e produtivas, conforme citado no item 4.2.3, são os grupos que já obtiveram algum tipo de auxílio administrativo e, desta forma, desenvolvem tarefas nesse âmbito.

Os grupos devem enxergar que o funcionamento das suas atividades depende muito de seus participantes para que atinjam seus objetivos e que o funcionamento aconteça de forma gratificante e rentável. Como explicitado na figura 1, de Barroso (2002), o artesão deve se preocupar com as etapas de uma cadeia de

produção, identificando a demanda e as ofertas, melhorando os produtos e a qualidade da mão-de-obra, bem como divulgando e descobrindo mercado para o artesanato.

É possível afirmar que a atividade artesanal é um campo promissor, desde que haja esse entendimento para os artesãos envolvidos e que, se o interesse for econômico a intervenção de designers, visa auxiliar e alavancar a produção a partir das necessidades do mercado, aliando os interesses do grupo, conforme citado por Botelho (2005).

5.1.1 Entrevistas

Conforme relatado pelos artesãos nas entrevistas realizadas, descritas no item 4.2.2, as mesmas mencionaram querer trabalhar durante muito tempo com artesanato, pois é uma atividade que lhes dão muito prazer e satisfação, como mencionado pela coordenadora do grupo Favos do Sul (item 4.2.2) e que o trabalho artesanal não é um passatempo para o grupo e pretendem trabalhar sempre com essa atividade.

Outro item citado por quase todos os entrevistados é o fato de muitos artesãos que entram em grupos, querem resultados imediatos e, se o grupo não dá esses resultados, o que quase sempre acontece, o artesão desiste de participar e prefere seguir sozinho, como menciona a artesã do grupo Amigas Arteiras (item 4.2.2.1).

Estes itens foram os mais salientes entre os comentários da maioria de artesãos, a vontade deles de continuar trabalhando com artesanato e, também a falta de paciência de alguns artesãos que acabam desistindo prematuramente dos grupos.

Também foram entrevistados designers que realizam trabalhos aliando design e artesanato, descrito no item 4.2.2.2, questionados sobre a intervenção de designers nas atividades artesanais, mencionaram ser uma forma de reinventar os produtos artesanais, deixando os mesmos atualizados com o mercado. Em resposta sobre a sobrevivência das atividades artesanais e a intervenção de designers, os entrevistados citaram o design como uma boa ferramenta, mas não a única. Arguidos sobre a realização de atividades de gestão nos grupos de artesãos

colocaram esse como um ponto frágil, que falta conhecimento técnico por parte dos artesãos.

Desta forma, os dados levantados com os entrevistados, artesãos e designers, fundamentam algumas das questões levantadas nesta pesquisa. O design, segundo os entrevistados é uma forma de reinventar produtos e em consequência aumentar as vendas. Os artesãos, em geral, estão satisfeitos com as atividades artesanais, embora alguns percam o estímulo com a falta de resultados imediatos. As atividades de gestão nos grupos de artesãos é um ponto delicado, pois falta conhecimento por parte dos artesãos.

5.2 Materiais e técnicas

As matérias-primas usadas no artesanato podem ser oriundas de diversos tipos de extração ou produção, como relatado em SEBRAE (2004). O importante é saber aproveitá-las da melhor forma, mais produtiva. Valorizar as matérias-primas da região em que o grupo se encontra, caso haja algum material característico do local, é uma forma de enriquecer o produto artesanal.

No item 4.2.4, foram descritos os materiais usados nos grupos pesquisados que, como pode ser percebido, os grupos que já tiveram intervenção de designers, conseguiram direcionar o desenvolvimento de produtos, sem fazer uso de uma variedade grande de materiais e, sendo assim, investindo menor capital, o que é uma das preocupações no desenvolvimento de produtos.

Na tabela 6, no item 4.2.5, é feita uma comparação entre os grupos, referente ao uso de materiais e técnicas. É percebido que os grupos que já tiveram intervenção de designers, além de ter um número menor de materiais e, sendo assim, um investimento menor de capital, também reduziu a variedade de técnicas artesanais, conseguindo aprimorar suas habilidades nas mesmas. O grupo Amigas Arteiras ainda não teve a intervenção de designers, porém, possui uma produção terceirizada para designers, faz uso de poucas técnicas artesanais e materiais, já que possuem produção de uma variedade pequena de produtos. O grupo Crescendo Juntos, que tem produção terceirizada para designers e produção própria, na produção terceirizada conseguiu diminuir as técnicas e materiais usados, concentrando esforços.

O fato de os grupos fazerem uso de variedade pequena de técnicas e materiais, não os torna mais profissionais que os demais, porém, possibilita ao grupo maior facilidade de qualificação da mão-de-obra e menor investimento de capital em materiais que não são os específicos, focados para a produção.

5.3 Importância da intervenção de designers

O trabalho de intervenção de designers no artesanato pode ser muito produtivo, desde que o mesmo tenha o conhecimento do que irá desenvolver e o entrosamento com as técnicas, a realidade social dos artesãos e cultural local. Conforme relata Barroso (2009), muitas pessoas pensam que o artesanato não deve mudar e, segundo ele, este pensamento só serve para fazê-lo permanecer pobre e sem mudanças. O artesanato faz parte da cultura, que é viva e não se pode deixar o artesanato somente com cores, técnicas e motivos do passado.

Acredita-se que a intervenção de designers no artesanato possa ser uma alternativa de valorizá-lo, para não deixá-lo estagnado, com o cuidado de avaliar em que etapa do processo o designer pode intervir. Como pode ser observado no item 2.4 dessa pesquisa, quando é descrita a relação que o designer pode estabelecer com a comunidade de artesãos. Como relata Barroso (2002), desenvolver produtos com características mais refinadas, geridas ao mercado com maior poder aquisitivo, é uma alternativa de valorização sem perder as características iconográficas.

Nos grupos pesquisados, onde já houve intervenções de designers, os artesãos julgaram importante essa intervenção, pois auxiliou no desenvolvimento de produtos e no aumento das vendas, como descrito no item 4.2.1.

Os grupos que tiveram a intervenção de designers de forma indireta, ou seja, através da produção terceirizada de objetos desenvolvidos por designers, também mencionaram a satisfação desse trabalho.

O grupo Tramas e Cores, que nunca teve contato com designers, mas acredita que esse tipo de intervenção ajudaria na melhora dos produtos e, conseqüentemente, nas vendas. Conforme relatado por Abbonizio e Fontoura (2008), indiferentemente do grau de interferência nos produtos artesanais, o design é empregado para (re)valorizar o artesanato e, assim, proporcionar melhores condições de trabalho e renda aos artesãos.

Desta forma, esse tipo de intervenção, aliada ao cuidado e pesquisa do designer, poderá proporcionar a valorização do artesanato. Porém, sem descaracterizar as habilidades que os mesmos possuem, nem mesmo perder a referência cultural, caso essa seja uma característica saliente. Assim, o design poderá funcionar como uma ferramenta de auxílio ao artesanato, preservando as características culturais nos produtos e inovando para que o desenvolvimento dos objetos artesanais esteja alinhado com as necessidades do mercado consumidor.

5.3.1 Categorias Artesanais

Conforme relatado no item 2.3, concorda-se que o artesanato, hoje, divide-se em algumas categorias, pois, dessa forma há o entendimento e a distinção dos diferentes tipos de trabalhos artesanais. As categorias relatadas na Tabela 1 são: arte popular, trabalhos manuais e artesanato, sendo esta última categoria subdividida em artesanato indígena, tradicional, conceitual, de referência cultural e de produtos semi-industriais.

Os grupos pesquisados neste trabalho podem ser definidos em algumas dessas categorias. O grupo Favos do Sul concentra as atividades artesanais na referência cultural, pois traz em seus produtos a técnica do favo, usada na confecção das bombachas do gaúcho, conforme citado no item 4.2.4.

O grupo Araucária, também desenvolve produtos de referência cultural, pois desenvolvem produtos referenciando a fauna e flora local, que faz parte da cultura desses artesãos.

O projeto Canoa é classificado pelas artesãs como artesanato de referência cultural, pela escolha de matérias-primas, pois, como usam resíduos das indústrias da região e essas existem em grande quantidade, é uma referência daquele local, uma região industrial ou, ainda, neste caso, poder-se-ia defender a criação de uma nova categoria, artesanato de reuso e redução. O projeto utiliza resíduos industriais no desenvolvimento dos produtos artesanais. No grupo há diferentes interesses por parte dos artesãos, alguns participam apenas como forma de ocupação de tempo, o que não constitui em outro tipo de categoria, pois as categorias artesanais mencionadas são classificadas de acordo com o tipo de produto que grupo desenvolve e não necessariamente pelo interesse individual dos participantes.

O grupo Crescendo Juntos classifica-se em mais de uma categoria: a de produtos semi-industriais, na produção terceirizada que realizam e em trabalhos manuais, nos produtos próprios. A produção desse grupo é de certa forma desordenada, pois usa uma variedade grande de matéria-prima, diversas técnicas, desenvolvem produtos variados e não tem uma linha ou conceito.

O grupo Tramas e Cores classifica-se na categoria de trabalhos manuais, pois, embora estejam organizadas como grupo, não tem uma produção ordenada. Em geral, usam muitos materiais, muitas técnicas e não têm foco no desenvolvimento de novos produtos. Sempre que julgam necessário, criam produtos bem diferenciados dos existentes, acreditando que, assim, conseguirão atingir uma clientela maior.

O grupo Amigas Arteiras está classificado na categoria de produtos semi-industriais, pois a produção acontece em grande escala com o objetivo de comercialização em quantidade.

Percebe-se que essa divisão das categorias artesanais auxilia no entendimento do tipo de trabalho realizado pelos diferentes artesãos, porém, ela ainda não foi comprovada historicamente, sendo esta uma classificação realizada pelo SEBRAE, ou seja, essa informação ainda não é amplamente aceita e compreendida pela comunidade científica, pela comunidade em geral e pelas partes interessadas, de modo a se apropriarem dos termos e fazer uso deles, havendo assim, possíveis confusões no que se relaciona a categorizar o tipo de trabalho artesanal.

5.4 Experiência profissional da pesquisadora

Cabe salientar a experiência pessoal da pesquisadora do ponto de vista acadêmico como designer ligada ao artesanato industrial. A pesquisadora, através de sua atividade profissional, participa do desenvolvimento de coleções, da formação e acompanhamento de grupos de artesãos em algumas regiões do Estado do Rio Grande do Sul. Isto possibilita a imersão em questionamentos, descobertas, erros e acertos destes grupos, ampliando o conhecimento sobre o assunto. Assim, um dos questionamentos é acerca da característica de produção, que é o artesanato de referência cultural. Outro ramo da atividade profissional da pesquisadora é como

sócia de empresa que desenvolve objetos produzidos artesanalmente (total ou parcialmente), a Oferenda Objetos e Design Ltda. Diferentemente dos grupos de artesãos, os objetos são produzidos em grande escala, ou seja, mesmo sendo artesanais os produtos são confeccionados repetidas vezes.

Os grupos de artesãos, nos quais é feito acompanhamento, têm como característica a ansiedade de obter retorno imediato, de querer mudar as coleções rapidamente, sem dar tempo ao mercado consumidor absorver novos produtos. Verifica-se que a falta de visão de mercado leva muitos grupos a encerrarem suas atividades prematuramente.

Em geral, os grupos demoram a entender que deverão realizar também atividades administrativas. Isso pode ser explicado porque os artesãos, em sua grande maioria, querem desenvolver e produzir sem ter maiores comprometimentos com as atividades do grupo. Por exemplo, para tornarem-se conhecidos, os grupos costumam participar de feiras, o que requer dedicação dos artesãos às atividades de comercialização, financeiras, apresentação e reposição de mercadorias. No entanto, parte dos integrantes do grupo costuma achar esse tipo de atividade difícil, o que sobrecarrega os colegas causando conflitos. Uma possível solução seria distribuir atividades administrativas entre todos os integrantes do grupo e tornar isso uma condição para permanecerem na atividade.

Cabe destacar a diferenciação do artesanato de referência cultural para o artesanato tradicional e trabalhos manuais, pois este tipo de artesanato traz em si história e cultura de uma região. Além disso, esse tipo de artesanato costuma ser apreciado por turistas e consumidores em geral. As coleções do artesanato de referência cultural, em grande maioria, são elaboradas com o auxílio de um designer ou de alguém especializado, fazendo, quase sempre, produtos contemporâneos, ligados às tendências do mercado. Um exemplo da elaboração de produtos com referência na cultura da região, sem o auxílio de designer, é como o citado no 2.3.1 desta pesquisa, onde artistas populares, como a Dona Zezinha, referenciam suas vivências em seus trabalhos.

Na atividade em que são desenvolvidos produtos em série, é percebida uma boa aceitação do mercado. Em geral, esses produtos se diferenciam dos produtos industriais por serem feitos à mão, de grande distinção e agregador de valor. Como

se trata de produtos artesanais, o mercado aceita as variações que podem ter entre um produto e outro, característicos de produtos manuais e não industrializados.

Também se podem perceber as oportunidades de mercado para esse tipo de produto que existe, no entanto, poderia ser mais explorado, até para um fortalecimento frente aos consumidores. Percebe-se que existe uma saturação de mercado para os produtos industriais, fazendo com que algumas indústrias já tenham percebido isso e procurem no artesanato um diferencial para os seus produtos, conforme citado o exemplo da empresa italiana Moroso e da alemã Dedon (item 2.2.3.5).

6 CONCLUSÕES E PROPOSIÇÕES

Nesta pesquisa, mostrou-se um levantamento das formas de produção em grupos de artesãos, bem como a apreciação da intervenção do designer nos grupos e a extensão dessa ingerência, a análise da gestão nos grupos participantes e o levantamento de materiais e técnicas utilizadas pelos grupos. Ou seja, a finalidade desta pesquisa foi verificar quais mudanças ocorreram nos grupos que tiveram intervenção de designers comparados a grupos que ainda não tiveram esse tipo de intervenção, bem como se há atividades de gestão sendo realizadas nesses grupos e a importância da mesma.

Foram pesquisados seis grupos, sendo que três deles tiveram a intervenção de trabalho de designers, dois que possuem produção terceirizada para designers e um que não teve esta intervenção no processo de desenvolvimento de seus produtos. Os resultados sinalizam a importância do trabalho desse profissional junto ao artesanato, pois o mesmo sabe direcionar o desenvolvimento de produtos sem descaracterizar o meio onde o artesão se encontra. A preocupação de designers pode orientar também para uma melhor utilização de materiais, fazendo com que o artesão não tenha a necessidade de investir tantos recursos e também em uma melhor utilização de técnicas. Com isso, o artesão não necessita estar sempre atento ao aprendizado de tais técnicas, mas ao aprimoramento das que já conhece.

Quanto à gestão dos grupos, apenas um dos pesquisados realiza atividades administrativas, sugerindo que o artesão possui muita habilidade artesanal, porém, é carente de conhecimentos administrativos.

Pode-se dizer que o processo de gestão de grupos de artesãos é fundamental para que haja o bom funcionamento do grupo. Geralmente, os grupos preocupam-se em aumentar o número de produtos, aprender técnicas artesanais e não realizam a administração das atividades, ocasionando dificuldade de vendas.

Pode-se afirmar que o artesão, quando está produzindo uma peça, está trabalhando para gerar sua renda, porém, todo produto, artesanal ou não, está sujeito às regras do mercado. A atividade artesanal é viável, mas, para que isso se torne possível, os artesãos devem estar capacitados a desenvolver todas as atividades relativas a um agente produtor que realiza compra e venda de produtos.

Quanto ao uso de materiais e técnicas nos grupos pesquisados, os três que já tiveram intervenção de designers estão mais direcionados usando materiais cultivados/produzidos na sua região ou técnicas oriundas da sua tradição. Assim, conseguem tornar-se reconhecidos pela habilidade que conquistam manuseando tais materiais e, pela habilidade que desenvolvem, praticando apenas algumas técnicas.

Os dois grupos que possuem produtos próprios e que ainda não tiveram a intervenção de designers têm dificuldades referentes ao uso de materiais e técnicas. Acreditam que quanto mais tiverem a ofertar ao cliente, melhor será a comercialização. O que nem sempre é verdadeiro, pois o grupo não se especializa no uso de determinados materiais ou técnicas. É confuso para o cliente quando o grupo muda frequentemente o tipo de produto, pois, para ele efetuar novas compras, deverá atualizar-se nos trabalhos desenvolvidos, o que em geral não ocorre e, assim, dificilmente o cliente permanece comprando. Desta forma, acabam realizando vendas de oportunidade, ou seja, clientes que conhecem e compram o produto em um determinado momento e podem não mais entrar em contato.

O grupo que não tem produtos próprios e desenvolve produtos terceirizados, tem a vantagem de não ter a necessidade de preocupar-se com novos produtos e de adquirir matéria-prima, especializando-se, assim, em algumas técnicas.

Conclui-se que a intervenção de designers em grupos de artesãos pode ser muito produtiva, desde que o designer tenha o cuidado de intervir sem descaracterizar, ou seja, ele pode e deve levar seu conhecimento técnico e, assim, desenvolver produtos que deverão ter a característica do grupo ou da região. É importante fazer um levantamento da região onde o grupo se encontra para desenvolver produtos de acordo com a cultura e hábitos dos artesãos. Além disso, deve existir uma troca entre designer e artesão, o primeiro contribuindo com conhecimento técnico e o segundo com o conhecimento prático.

Observa-se que os grupos que tiveram algum apoio em gestão na administração do grupo, estão mais organizados que os demais, o que facilita vendas e prospecção de clientes.

O designer também deve exercer o papel de mediador entre mercado consumidor e artesão. Através de sua experiência, conhecimento e contato com o

mercado, o designer deve demonstrar as necessidades e vontades dos consumidores desenvolvendo, assim, produtos alinhados nesses interesses.

O acesso aos grupos foi facilitado pelo fato da pesquisadora ter a profissão relacionada a grupos de artesãos, o que, além de facilitar o acesso, também auxiliou no levantamento de informações, pois o convívio diário com esse tipo de trabalho fez compreender algumas dificuldades que não foram relatadas nos questionários e também poder indicar algumas iniciativas que os grupos poderiam tomar.

Essa pesquisa manifesta alguns itens que sugerem auxiliar no bom andamento de grupos de artesãos:

- Os artesãos necessitam conhecer e desenvolver a gestão do grupo, possibilitando, assim, o funcionamento adequado.
- Os grupos de artesãos precisam limitar o uso de diferentes materiais, dar preferência àqueles que, de alguma forma, tenha significado com cultura da região em que o grupo de encontra.
- Fazer uso de apenas algumas técnicas, aprimorando suas habilidades e tornando-se conhecidos pelo uso de tais.
- Fazer uso da experiência de um designer, quando possível, para alinhar conceitos, materiais e técnicas para o desenvolvimento de linhas de produtos.
- Fazer uso da experiência de um profissional de administração, que possa auxiliar nas atividades de gestão e comercialização.

Diante do exposto, este trabalho traz questionamentos sugerindo trabalhos futuros como:

- Estudar a necessidade dos artesãos na área de vendas para melhor colocar o resultado de seu trabalho.
- Realizar levantamento aprofundado de materiais e técnicas artesanais usados nas diversas regiões do país.
- Compreender se o acompanhamento da produção artesanal melhoraria os quesitos de qualidade e aumentaria a produtividade.

- Pesquisar se a sistematização da produção artesanal a igualaria a uma indústria.
- Analisar se o designer consegue, de fato, abandonar seu gosto pessoal e desenvolver linhas de produtos focadas nos interesses dos artesãos e dos consumidores.
- Verificar se os grupos de artesãos, quando recebem subsídios de instituições públicas e privadas para o desenvolvimento de coleções de produtos, deveriam, antes, receber orientações a respeito de gestão e vendas.
- Compreender de que forma poderia diminuir os resíduos e fazer uso de materiais recicláveis mantendo o ambiente que cerca o grupo e a comunidade que se está inserida.
- Analisar como o designer pode auxiliar, com medidas simples para melhorar o ambiente e o bem-estar do grupo.

Assim, os temas relacionados a design e artesanato podem abranger diversos segmentos de pesquisa, contribuindo e qualificando os estudos da área.

REFERÊNCIAS

ABBONIZIO, M., FONTOURA, A. **Reflexões sobre as intervenções de design no artesanato sob a ótica dos Círculos de Cultura de Paulo Freire**. Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2008. p.2617-2626.

AGUIAR, Rose Margareth. **Principais características e fatores de sucesso de três centrais de artesanato sob a ótica dos seus gestores**. 2002. 69f. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002.

BAUER, M., GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução: Pedrinho Guareschi. 4ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. 516p.

BARBER, Elizabeth. **Benchmarking the management of projects: a review of current thinking**. International Journal of Project Management, v.22, 2004, p.301–307

BARROS, Luiz Antonio dos Santos. **Design e Artesanato: As trocas possíveis**. 2006. 125f. Dissertação (Mestrado em Design) Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

BARROSO, Eduardo. **19 de março: Dia nacional do artesão**. Disponível em: <http://eduardobarroso.blogspot.com/search/label/Artesanato>. Acesso em: 29/03/2010 às 21h30min.

_____, Eduardo. **Curso design, identidade cultural e artesanato**. Fortaleza: SEBRAE /FIEC, 2002. módulos 1 e 2.

_____, Eduardo. **Vender somente aquilo que se pode entregar**. Disponível em: <http://eduardobarroso.blogspot.com/search/label/Artesanato>. Acesso em: 29/03/2010 às 20h45min.

BERNARDES, Maurício Moreira e Silva. **Microsoft Project 2007: Gestão e Desenvolvimento de Projetos**. 2ª Ed. São Paulo: Érica, 2007. 216p.

BOTELHO, Vinícius Simões. **Design e Artesanato: Estudo Comparativo sobre Modelos de Intervenção**. 2005. 83f. Monografia (Graduação em Design) Departamento de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2005.

BORGES, Adélia. **Designer não é personal trainer: e outros escritos**. 2ª Ed. São Paulo: Edições Rosari, 2003. 179p.

BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. Tradução: Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006. 496p.

CABRAL, Fabrícia Guimarães Sobral. **Saberes Sobrepostos: Design e artesanato na produção de objetos culturais**. 2007. 138f. Dissertação (Mestrado em Design) Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução: Heloísa Cintrão, Ana Regina Lessa. Ed. da Universidade de São Paulo, 1997. 385p.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. 3ª Ed. São Paulo: Blucher, 2008. 276p.

CARDOSO, Ruth. Artesanato e Identidade. In: **Mestres-Artesãos**. São Paulo. Setembro/2000.

CORRÊA, Ronaldo. **Design e artesanato**: uma reflexão sobre as intervenções realizadas na costa do descobrimento – BA. Curitiba: Dissertação de mestrado do PPGTE, CEFET-PR, 2003. 115p.

DE MORAES, Dijon. **Limites do design...** 2ª Ed. São Paulo: Studio Nobel, 1999. 168p.

ENGLER, Rita de Castro, *et al.* **Cerâmica – Um caminho sustentável através do design no Vale do Jequitinhonha**. 4º Workshop de Design & Materiais, Ouro Preto, Minas Gerais, 2009

_____. **Embalagem para peças de cerâmica – Sua importância para artesãos no Vale do Jequitinhonha**. 4º Workshop de Design & Materiais, Ouro Preto, Minas Gerais, 2009

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Roitmann, 2004, p. 69 -75.

FRANCO, Pedro. Mais sobre Milão. In: **Kaza**, São Paulo: Ação, n. 73, p. 44, 2009.

FREITAS, A., ROMEIRO FILHO, E. **Desenvolvimento de produtos para a produção artesanal**. XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Florianópolis, 2004, p. 349-356.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª Ed. São Paulo, Atlas, 2008. 175p.

HOLANDA, Aurélio Buarque de. **Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 3ª Ed. Editora Positivo. 2004.

KRUCKEN, Lia. **Design e território**: Valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LIMA, Ricardo. **Artesanato: cinco pontos para discussão**. Palestra Artesanato Solidário, 2005. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>> Acesso em: 13out2009.

MAZZOTTI, Alda Judith Alves. **Usos e abusos dos estudos de caso**. Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Estácio de Sá. Rio de Janeiro: Cadernos de Pesquisa, v. 36, n. 129, p. 637-651, set./dez. 2006

MASCELANI, Angela. **Caminhos da Arte Popular**: o Vale do Jequitinhonha. Rio de Janeiro: Museu Casa do Pontal, 2008. 179p.

MENDES, M., QUELUZ, G. Design e artesanato: reflexões sobre uma abordagem não reificadora nas pesquisas e interações com as comunidades. In: QUELUZ, Marilda (Org.). **Design & Cultura**. Curitiba: Sol, 2005, p.57-82.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 8ª Ed. São Paulo: Hucitec, 2004. 269p.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Programa do Artesanato Brasileiro**. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br>> Acessado em: 11out2009.

PAZ, Octavio. Ver e Usar: arte e artesanato em: **Convergências: ensaios sobre arte e literatura**. Rio de Janeiro: Rocco, p.45-57. 1991.

PEREIRA, Carlos José da Costa. **Artesanato e Arte Popular**. Cadernos de desenvolvimento econômico. Caderno I. Série III. Bahia: Progresso, 1957. 188p.

RODRIGUES, Taisa Figueira. **Um olhar do Design sobre a iconografia indígena. A ornamentação corporal kayapó: um estudo de caso.** 2006. 108f. Dissertação (Mestrado em Design) Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

SANCHEZ, Ron. **Integrating Design in to Strategic Management Processes.** Design Management Review, 2006. ABI/INFORM Global. P.10-17.

SANTOS, Evelynne Tabosa dos. **Exportações de artesanato do ceará no período de 2004 a 2006: desafios e oportunidades.** 2007. 96f. Dissertação (Mestrado em Administração) Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2007.

SEBRAE. **Oficina de Artesanato.** Redação: Anelise Kluge, Elvira Machado, Carlos Schnorr, Nélio Heilmann, Ana Paula Jardine. Porto Alegre, 2007. 74p.

SEBRAE. **Setor de Artesanato no Distrito Federal: diagnóstico.** Redação: José Fonseca Ferreira. Brasília, 2005. 106p.

_____. **Programa Sebrae de Artesanato: termo de referência.** Brasília: Sebrae, 2004-D. 93 p.

SENNETT, Richard. **O Artífice.** Tradução: Clóvis Marques. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. Design e artesanato: um diferencial cultural na indústria do consumo. In: **Actas de Diseño Nº 7.** IV Encuentro Latinoamericano de Diseño 2009. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. Julio 2009. Pág. 167.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação.** 14ª Ed. São Paulo: Editora Cortez, 2005. 132p.

VALLE, André Bittencourt do. *et al.* **Fundamentos do gerenciamento de projetos.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. 172p.

YAIR, K.; TOMES, A.; PRESS, M. **Design through making:** crafts knowledge as facilitator to collaborative new product development. *Design Studies*, v.22, 2001, p.377–394

YIN, Robert k. **Estudo de Caso:** planejamento e métodos. 2^a Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE 1

Piloto - **Geral** (para os artesãos responderem juntos)

1. Nome do Grupo: _____

2. Localização: _____

3. Número de integrantes: _____

4. Há quanto tempo a cooperativa existe? _____

5. Como e por que o grupo surgiu? _____

6. Como acontecem as vendas na cooperativa?

- Feiras para varejo
- Feiras para lojistas
- Vendas em atacado
- Vendas em varejo
- Vendas pela internet
- Outros

Explique: _____

7. Como é feito para que o cliente, após a primeira compra, permaneça comprando?

- Liga-se regularmente
- Manda-se email regularmente
- Espera-se que ele entre em contato, caso tenha gostado dos produtos
- Outro. Qual?

8. Qual é a média de vendas anual?

9. As vendas estão:

- Fortes
- Médias
- Fracas

Por quê?

10. Quem administra a sua cooperativa?

- Todos os cooperados
- Um cooperado
- Um administrador contratado
- Outro

11. Como é feita a divulgação do trabalho da cooperativa?

- Internet
 - Feiras
 - Outro. Qual?
-
-

12. Como é feita a elaboração dos novos produtos?

- Os cooperados desenvolvem
 - Contrata-se um designer
 - A cooperativa tem um funcionário designer
 - Auxílio de instituições ou terceiros. Quem?
-
-

13. Os produtos são elaborados por coleções?

- Sim
 - Não. Então, como são elaborados?
-

14. Com que frequência são feitos novos produtos?

15. Quais os materiais utilizados nos produtos?

16. Quais as técnicas utilizadas?

APÊNDICE 2

Piloto - **Pessoal** (para o artesão responder individualmente)

1. Nome: _____

2. Endereço: _____

3. Cidade: _____

4. Telefone: _____

5. Data: _____

6. Produtos que confecciona: _____

7. Há quanto tempo você faz parte desta cooperativa?

8. Como são feitas as distribuições dos trabalhos?

- O administrador distribui
- É feita pela habilidade técnica de cada um
- É feita pela frequência dos cooperados
- É feita pela necessidade dos cooperados

Por que é feito desta forma?

9. Você está satisfeito com a demanda de trabalhos?

- Sim
- Não
- Sim, mas poderia melhorar.

Por quê?

10. A renda gerada pelos trabalhos da cooperativa é satisfatória pra você?

- Sim
 - Não
- Por quê?

11. Você gosta dos produtos que você faz?

- Sim
- Não
- Alguns

Por quê?

12. Você acha importante a contribuição que o designer pode dar?

- Sim
 - Não
- Por quê?

APÊNDICE 3

Geral (para os artesãos responderem juntos ou o responsável pelo grupo)

1. Nome do Grupo: _____

2. Localização: _____

3. Número de integrantes: _____

4. Há quanto tempo o grupo existe? _____

5. Como e por que o grupo surgiu? _____

6. Como acontecem as vendas do grupo?

() Feiras para varejo

() Feiras para lojistas

() Vendas em atacado

() Vendas em varejo

() Vendas pela internet

() Outros

Explique: _____

7. Como é feito para que o cliente, após a primeira compra, permaneça comprando?

() Liga-se regularmente

() Manda-se email regularmente

() Espera-se que ele entre em contato, caso tenha gostado dos produtos

() Outro. Qual?

8. Qual a média de vendas mensal ou anual?

9. As vendas estão:

() Fortes

() Médias

() Fracas

Por quê? _____

10. Qual é o principal destino final da produção (mercado que é comercializado)?

() Local

() Estadual

() Nacional

() Internacional

11. Quem administra a sua cooperativa?

- Todos os cooperados
 - Um cooperado
 - Um administrador contratado
 - Outro
-

12. Como é feita a divulgação do trabalho da cooperativa?

- Internet
 - Feiras
 - Outro. Qual?
-

13. Como é feita a elaboração dos novos produtos?

- Os cooperados desenvolvem
 - Contrata-se um designer
 - A cooperativa tem um funcionário designer
 - Auxílio de instituições ou terceiros. Quem?
-

14. Os produtos são elaborados por coleções?

- Sim
 - Não. Então, como são elaborados?
-

15. Com que frequência são elaborados novos produtos? Quem define essa frequência?

16. Quais os materiais utilizados nos produtos? Por que a escolha destes materiais?

17. Quais as técnicas utilizadas? Por que usam essas técnicas? Tem ideia de outras técnicas que podem ser utilizadas?

18. Como você classifica os objetos produzidos?

- Conceitual
- Indígena
- Arte Popular
- Referência Popular
- Trabalhos Manuais
- Tradicional

() Produção seriada

19. Quais as características dos objetos produzidos pelo grupo?

() Adornos e acessórios

() Decorativo

() Educativo

() Lúdico

() Religioso

() Utilitário

20. O grupo sempre produziu todas as entregas planejadas? Se não, por que isso aconteceu?

21. As entregas dos pedidos sempre foram completadas dentro do cronograma estipulado? Se não, por que aconteceu o atraso?

22. Os produtos entregues nos pedidos foram elaborados de acordo com todas as especificações funcionais e de qualidade?

23. O grupo alcançou todas as suas metas, objetivos e propósitos? Se não, o que faltou pra isso acontecer?

24. O grupo atingiu as expectativas das partes interessadas (artesãos)?

25. Caso o grupo já tenha tido intervenção de designers, houve melhorias nos produtos e nas vendas?

26. Quais os maiores benefícios que a intervenção de um designer trouxe para o grupo?

27. Quais os pontos negativos da intervenção de designers?

APÊNDICE 4

Pessoal (para o artesão responder individualmente)

1. Nome: _____

2. Endereço/Cidade: _____

3. Telefone: _____

4. Data: _____

5. Status da atividade:

- () Principal
() Secundária
() Sazonal (temporário)

6. Principal causa pela qual ingressou na atividade artesanal:

- () Tradição familiar
() Realização pessoal
() Complemento de renda
() Curso de formação
() Falta de opção
() Outros. Especificar: _____

7. Produtos que confecciona:

8. Há quanto tempo você faz parte deste grupo?

9. Como são feitas as distribuições dos trabalhos?

- () O administrador
() É feita pela habilidade técnica de cada um
() É feita pela frequência dos integrantes do grupo
() É feita pela necessidade dos integrantes do grupo

Por que é feito dessa forma?

10. Você está satisfeito com a demanda de trabalhos?

- () Sim
() Não
() Sim, mas poderia melhorar

Por quê?

11. Você gosta dos produtos que você faz?

- () Sim
() Não
() Alguns

Por quê?

12. Número de horas diárias dedicadas à produção artesanal:

- Até 2 horas
- De 2 a 4 horas
- De 4 a 6 horas
- De 6 a 8 horas
- Mais de 8 horas

13. Quais os principais problemas que enfrenta na atividade artesanal?

- Aquisição de matéria-prima
- Equipamentos e instrumentos de trabalho
- Financiamento
- Capacitação e orientação técnica
- Comercialização
- Divulgação
- Informação
- Formação de preço dos produtos
- Embalagem
- Outros. Especificar: _____

14. A renda gerada pelos trabalhos da cooperativa é satisfatória para você?

- Sim
 - Não
- Por quê?
-

15. Quanto representa a atividade artesanal na renda pessoal e familiar?

16. Renda média mensal individual, só com artesanato (em salários mínimos):

- Menos de 1
- De 1 a 3
- Mais de 3 até 5
- Mais de 5 até 10
- Acima de 10

17. Você acha importante a contribuição que o designer pode dar?

- Sim
 - Não
- Por quê?

18. Caso o seu grupo já tenha tido intervenções de designers, você acha que essas contribuições auxiliaram no melhoramento dos produtos e consequentemente nas vendas?
