

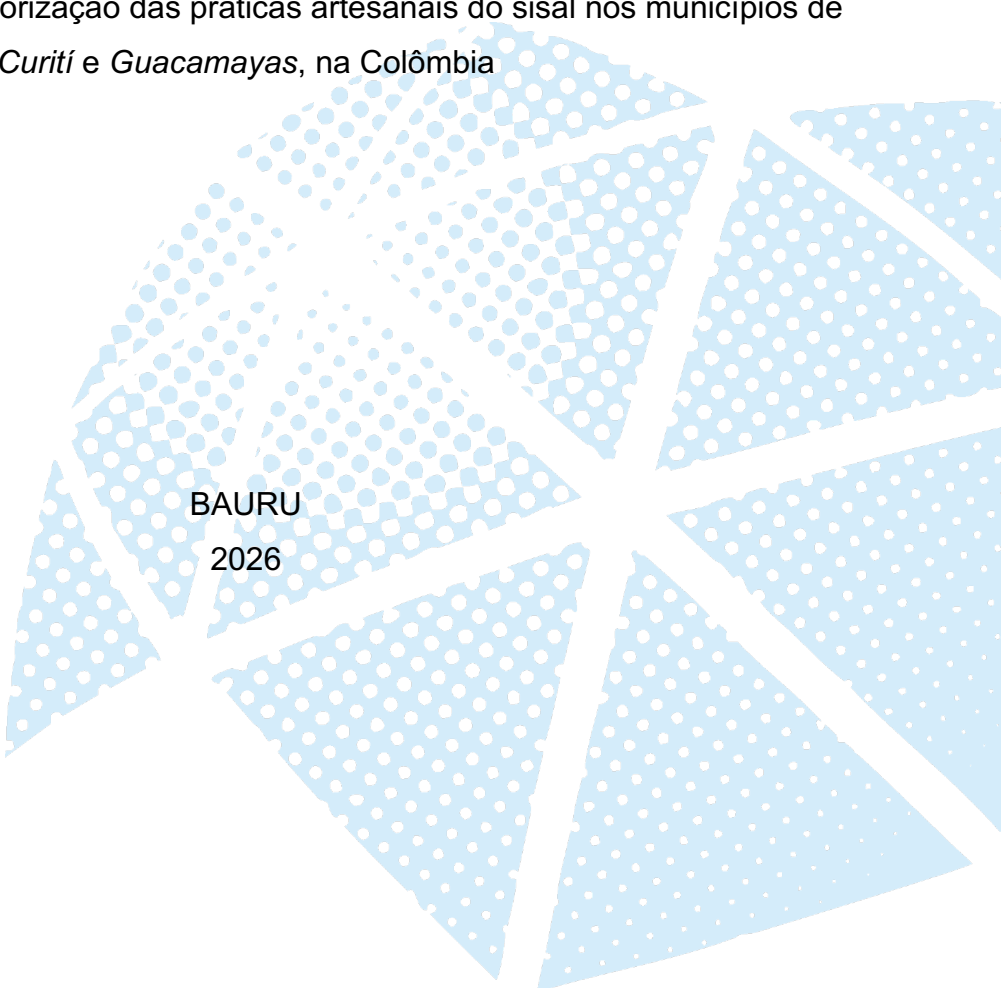
UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA - UNESP
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - Bauru

GUSTAVO ADOLFO GOMEZ MARIÑO

DESIGN E ARTESANATO:

Uma proposta para a valorização das práticas artesanais do sisal nos municípios de
Curití e Guacamayas, na Colômbia

BAURU
2026



GUSTAVO ADOLFO GOMEZ MARIÑO

DESIGN E ARTESANATO:

Uma proposta para a valorização das práticas artesanais do sisal nos municípios de
Curití e Guacamayas, na Colômbia

Tese apresentada à Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - Bauru, para obtenção do título de Doutor em Design.

Área de Concentração: Desenho de Produto

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Mônica Moura.

Coorientadora: Prof.^a Dr.^a Carolina Vaitiekunas Pizarro

BAURU

2026

Mariño, Gustavo Adolfo Gomez.

Design e Artesanato: uma proposta para a valorização das práticas artesanais do sisal nos municípios de *Curití* e *Guacamayas*, na Colômbia / Gustavo Adolfo Gomez Mariño. – Bauru, 2026 231 f.

Tese (Doutorado)-Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientadora: Mônica Moura. Coorientadora: Carolina Vaitiekunas Pizarro

1. Patrimônio Cultural. 2. Território. 3.Design contemporâneo. 4.Design digital. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. II. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE GUSTAVO ADOLFO GOMEZ MARIÑO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 03 dias do mês de julho do ano de 2025, às 9h, no(a) Sala Coonecta e via Google Meet: <https://meet.google.com/ykz-pchp-xst>, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de GUSTAVO ADOLFO GOMEZ MARIÑO, intitulada **Design e Artesanato: uma proposta para a valorização das práticas artesanais do sisal nos municípios de *Curití e Guacamayas*, na Colômbia**, sob orientação da Profa. Dra. Monica Cristina de Moura. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Doutora MÔNICA CRISTINA DE MOURA (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design FAAC/Bauru, Professora Doutora ADRIANA YUMI SATO DUARTE (Participação Presencial) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design FAAC/Bauru, Professor Titular VIRGÍNIA PEREIRA CAVALCANTI (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / Universidade Federal de Pernambuco, Professora Doutora MARIA CRISTINA IBARRA HERNANDEZ (Participação Virtual) do(a) Departamento de Design / Universidade Federal de Pernambuco, Professora Doutora CLÁUDIA REGINA DA SILVA GASPAS DE MELO ALBINO (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação e Artes / Universidade de Aveiro. Após a exposição pelo doutorando e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, o discente recebeu o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Professora Doutora MÔNICA CRISTINA DE MOURA



Dedico este trabalho à memória da
prof.^a. Dra. Paula da Cruz Landim

AGRADECIMENTOS

*Agradezco, primeramente, a Dios por marcar mi rumbo con sabiduría y paciencia.
¡Gracias, señor, por esta conquista!*

Esta é uma tese escrita a doze mãos, pois carrega a colaboração e a cumplicidade de muitas pessoas. E começo agradecendo à minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Paula da Cruz Landim (*in memoriam*), pela amizade generosa e pelo acompanhamento desde a minha chegada no mestrado até parte do doutorado. Por tudo o que me acrescentou — como profissional, como pesquisador e, sobretudo, como ser humano.

Da mesma forma, agradeço à Prof.^a Dr.^a Mônica Moura por me acolher com generosidade e por conduzir, com compromisso, o desfecho desta tese. Agradeço pela atenção, pela confiança e pelos aprendizados transmitidos ao longo deste processo.

À minha coorientadora, Prof.^a Dr.^a Carolina Vaitiekunas Pizarro, pelo grande profissionalismo, pela proximidade no acompanhamento deste trabalho, pela serenidade ao longo da trajetória e, especialmente, pela amizade cultivada ao longo destes anos.

A todos os professores, amigos e colegas da Pós-Graduação em Design, pelo carinho e parceria; por dividirem comigo os desafios e alegrias vividos.

À minha mãe, Luces, e ao meu irmão, Julián, pela confiança e paciência, por me ajudarem a amenizar a imensa saudade que sinto deles. À minha família, cujo apoio prevalece mesmo diante da distância.

A Carlos, meu parceiro de vida e de alma, por me incentivar a encarar este desafio e celebrar comigo cada vitória alcançada.

À Aura Maria, pela eterna cumplicidade, por todo o apoio e, sobretudo, pela amizade incondicional. À Laurita, por sempre acreditar naquilo que vim realizar no Brasil e pelas suas palavras de encorajamento.

A todos os artesãos que colaboraram com a pesquisa — Omara, Francisco, Seu Reinaldo, Dona Fernanda, Tatiana — e a cada pessoa que compartilhou comigo sua experiência e paixão pelo artesanato.

E, finalmente, à CAPES, por permitir minha dedicação integral à pesquisa. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) e do Programa de Excelência Acadêmica (PROEX) processo N° 88887.667395/2022-00

“Os indivíduos ou os grupos sempre teceram os laços entre identidade e espaço, como refletidos nas paisagens, que resultam de atividades rotineiras ligadas a um gênero de vida tradicional ou que sejam o resultado voluntário de princípios cosmológico antigos, ou ainda de ideias modernas de racionalidade” Berdoulay e Entrikin (2012 p.101)

RESUMO

A população latino-americana, apresenta forte presença no setor artesanal e uma tradição cultural reconhecida, com claras manifestações do patrimônio cultural – material e imaterial – da humanidade. No entanto, as novas dinâmicas sociais, impulsionadas pela ampla difusão de inovações e tecnologias, têm imposto desafios às práticas artesanais – especialmente as de tradição – fazendo que enfrentem dificuldades em acompanhar tais mudanças inerentes aos contextos sociais, culturais e econômicos, tanto próprios quanto de seus consumidores. Nesse contexto, o interesse desta pesquisa reside em compreender as conexões existentes entre o design e o artesanato, com ênfase no artesanato de tradição enquanto patrimônio cultural. Parte-se do pressuposto de que uma proposta de projeto a partir do design pode contribuir para a preservação do patrimônio cultural associado a essa prática na Colômbia, ao mesmo tempo em que favorece sua sustentabilidade diante das dinâmicas contemporâneas. Sendo assim, a base lógica da investigação é de natureza dialética, uma vez que sua abordagem permite compreender o contexto no qual se insere a pesquisa – um cenário permeado por oposições complementares entre o material e o imaterial, o manual e o digital, o centro e a periferia – , cujas relações revelam dinâmicas complexas e em constante transformação. O método de procedimento adotado foi o estudo de caso múltiplo, com a participação das comunidades artesanais dos territórios de Curití e Guacamayas, na Colômbia, reconhecidas pela produção de artesanato tradicional a partir da fibra do sisal. Com base no reconhecimento das especificidades dos ofícios artesanais mencionados e das influências exercidas pelos próprios territórios, propõe-se o desenvolvimento de um modelo de ferramenta digital voltado aos ambientes de exposição e comercialização do artesanato, que acompanhe o produto em diferentes contextos, tornando visível o imaginário que fundamenta sua elaboração. A abordagem sistêmica e interdisciplinar do design possibilitou integrar múltiplas dimensões do artesanato de tradição, tanto na elaboração do conteúdo quanto na construção do modelo digital. Embora já presente em outras iniciativas de valorização do artesanato colombiano, neste caso o design evidencia sua capacidade de articular o fazer tradicional – vinculado ao território e ao patrimônio cultural – com as exigências comunicacionais e comerciais de um cenário global marcado pelo digital, o que amplia o escopo reflexivo e prático sobre o papel do design na contemporaneidade.

Palavras-chave: Patrimônio Cultural; Território; Design contemporâneo; Design digital.

ABSTRACT

The Latin American population with a strong presence in the artisanal sector and a recognized cultural tradition, shows clear manifestations of humanity's cultural heritage — both tangible and intangible. However, new social dynamics, driven by the widespread diffusion of innovations and technologies, have posed challenges to artisanal practices — especially those rooted in tradition — making it difficult for them to keep pace with changes inherent to the social, cultural, and economic contexts of both artisans and consumers. In this context, the aim of this research is to understand the existing connections between design and craft, with an emphasis on traditional crafts as cultural heritage. The premise is that a design-based project proposal can contribute to the preservation of the cultural heritage associated with this practice in Colombia, while also promoting its sustainability amid contemporary dynamics. Thus, the logical foundation of the investigation is dialectical in nature, as this approach allows for a better understanding of the research context — a setting marked by complementary oppositions such as the material and the immaterial, the manual and the digital, the center and the periphery — whose relationships reveal complex and constantly evolving dynamics. The research method adopted was a multiple case study, involving artisan communities from the territories of Curití and Guacamayas in Colombia, recognized for their traditional crafts using sisal fiber. Based on the recognition of the specificities of these artisanal trades and the influences exerted by their territories, this study proposes the development of a digital tool model designed for craft display and commercialization environments, allowing the product to be accompanied in different contexts, while making visible the cultural imaginary that underpins its creation. The systemic and interdisciplinary design approach enabled the integration of multiple dimensions of traditional craftsmanship, both in content development and in the construction of the digital model. Although design has already been present in other initiatives to enhance Colombian crafts, in this case, it highlights its ability to articulate traditional making — tied to territory and cultural heritage — with the communicational and commercial demands of a global, digitally-driven environment, expanding both the reflective and practical scope of design's role in contemporary times.

Keywords: Cultural Heritage; Territory; Contemporary Design; Digital Design.

RESUMEN

La población latinoamericana, con una fuerte presencia en el sector artesanal y una tradición cultural reconocida, presenta claras manifestaciones del patrimonio cultural —material e inmaterial— de la humanidad. Sin embargo, nuevas dinámicas sociales, impulsadas por la amplia difusión de innovaciones y tecnologías, han impuesto desafíos a las prácticas artesanales —especialmente a las tradicionales—, lo que ha generado dificultades para acompañar cambios inherentes a los contextos sociales, culturales y económicos, tanto propios como de sus consumidores. En este contexto, el interés de esta investigación reside en comprender las conexiones existentes entre el diseño y la artesanía, con énfasis en la artesanía de tradición como patrimonio cultural. Se parte del supuesto de que una propuesta de proyecto basada en el diseño puede contribuir a la preservación del patrimonio cultural asociado a esta práctica en Colombia, y que al mismo tiempo favorezca su sostenibilidad frente a las dinámicas contemporáneas. Así, la base lógica de la investigación es de naturaleza dialéctica, ya que este enfoque permite comprender el contexto en el que se enmarca el estudio —un escenario permeado por oposiciones complementarias entre lo material e inmaterial, lo manual y lo digital, el centro y la periferia—, cuyas relaciones revelan dinámicas complejas y en constante transformación. El método adoptado fue el estudio de casos múltiples, con la participación de comunidades artesanales de los territorios de Curití y Guacamayas, en Colombia, reconocidas por la producción de artesanías tradicionales a partir de la fibra de fique. A partir del reconocimiento de las especificidades de los oficios artesanales mencionados y de las influencias ejercidas por los propios territorios, se propone el desarrollo de un modelo de herramienta digital orientado a los entornos de exposición y comercialización de la artesanía, que acompañe al producto en diferentes contextos y visibilice el imaginario que fundamenta su elaboración. El enfoque sistémico e interdisciplinario del diseño permitió integrar múltiples dimensiones de la artesanía tradicional, tanto en la elaboración del contenido como en la construcción del modelo digital. Aunque el diseño ya está presente en otras iniciativas de valorización de la artesanía colombiana, en este caso pone de manifiesto su capacidad de articular el hacer tradicional —vinculado al territorio y al patrimonio cultural— con las exigencias en materia de comunicación y de comercio de un escenario global marcado por lo digital, lo que amplía el alcance reflexivo y práctico del papel del diseño en la contemporaneidad.

Palabras clave: Patrimonio Cultural; Territorio; Diseño Contemporáneo; Diseño Digital

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Delineamento da pesquisa	25
Figura 2 - Modelo dos elementos da experiência de usuário.....	58
Figura 3 - Etapas principais da revisão sistemática da literatura (RSL).....	59
Figura 4 - Grupos de revisão.....	62
Figura 5 - Resultados primários organizados por grupos e bases de dados.	64
Figura 6 - Biblioteca individual e Matriz de Síntese	65
Figura 7 – Mulher Cuna – etnia colombiana – fiando algodão.....	76
Figura 8 - Trabalhadoras do sisal em Curití, província de Guanentá, 1960.....	77
Figura 9 - Distribuição de comunidades artesanais por departamento na Colômbia.....	80
Figura 10 - Comunidades artesanais no território centro - leste da Colômbia.	81
Figura 11 - Restos de têxteis e ferramentas para uso com sisal, produzidos pelo povo Guane.....	83
Figura 12 - Produtos elaborados em Sisal em Curití.	85
Figura 13 - Registro de Marca coletiva FIQUE CURITÍ - Santander.....	86
Figura 14 - Anatomia vegetal do agave.	87
Figura 15 - Sequência produtiva do sisal até a obtenção do fio.	90
Figura 16 - Técnicas artesanais com sisal em Curití.	92
Figura 17 - Bandeja para os grãos.....	94
Figura 18 - Fachada e interior de CREARCOOP.....	95
Figura 19 - Selo Denominação de Origem protegida – Colômbia.....	97
Figura 20 - Processo de coleta da palha e variação de palha cultivada.	99
Figura 21 - Produtos feitos em Guacamayas.....	100
Figura 22 - Processo de fabricação cestaria em rolo.....	102
Figura 23 - Programas de apoio institucional de Artesanías de Colombia.	105
Figura 24 - Motor de busca – Biblioteca digital CENDAR.	108
Figura 25 - Espaços comerciais da Artesanías de Colombia.....	124
Figura 26 - Feiras Expoartesanías e Expoartesano da Artesanías de Colombia. ..	125
Figura 27 - Plataformas digitais para a comercialização da Artesanías de Colombia.	127
Figura 28 - Loja física e virtual de El Market Colombia.....	128
Figura 29 - Feira multissetoriais Sugamuxi - 2022.....	129

Figura 30 - Lojas de artesanato nas praças principais de Guacamayas e Curití....	130
Figura 31 - Principais interesses em Curití.	133
Figura 32 - Principal atenção dos consumidores em geral.	133
Figura 33 - Outros cenários abordados pelos consumidores - Curití.....	134
Figura 34 - Tópicos para a valorização dos produtos – Curití.....	135
Figura 35 - Conexões com o território - Curití.	137
Figura 36 - Obtenção da matéria-Prima - Curití.	138
Figura 37 - Principais meios de comercialização - Curití.	141
Figura 38 - Estratégias de comercialização - Curití.	142
Figura 39 - Barreiras identificadas - Curití.....	143
Figura 40 - Destaques em Curití.	144
Figura 41 - Principais interesses em Guacamayas.....	146
Figura 42 - Descrição do uso da matéria-prima - Guacamayas.....	147
Figura 43 - Outros cenários abordados pelos consumidores – Guacamayas.	148
Figura 44 - Tópicos para a valorização dos produtos – Guacamayas.	149
Figura 45 - Conexões com o território– Guacamayas.....	150
Figura 46 - Percurso do associativismo em Guacamayas.	153
Figura 47 - Principais meios de comercialização - Guacamayas.....	156
Figura 48 - Obstáculos identificados na comercialização - Guacamayas.....	157
Figura 49 - Barreiras identificadas - Guacamayas.	158
Figura 50 - Produtos mais vendidos - Guacamayas.	159
Figura 51 - Destaques em Guacamayas.....	159
Figura 61 - Amostra 2 do plano de superfície do produto desenvolvido.	192
Figura 62 - QR code.....	192

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Referencial teórico	26
Quadro 2 - Conceituações sobre artesanato – Comparação organizações Brasil / Colômbia.	42
Quadro 3 - Descritores e variações de busca.	61
Quadro 4 - Strings de Busca utilizados na base de dados Scopus.	63
Quadro 5 - Dados geográficos e territoriais dos municípios de Curitiba e Guacamayas.	82
Quadro 6 - Nuvem de frequência Guacamayas 2014.....	110
Quadro 7 - Nuvem de frequência Curitiba 2016.	112
Quadro 8 - Nuvem de frequência Curitiba 2017.	113
Quadro 9 - Nuvem de frequência Guacamayas 2018.....	114
Quadro 10 - Nuvem de frequência Curitiba 2018.	115
Quadro 11 - Nuvem de frequência Guacamayas 2019.....	116
Quadro 12 - Nuvem de frequência Curitiba 2019.	117
Quadro 13 - Nuvem de frequência Guacamayas 2020.....	117
Quadro 14 - Nuvem de frequência Curitiba 2020.	118
Quadro 15 - Nuvem de frequência Guacamayas 2021.....	119
Quadro 16 - Nuvem de frequência Curitiba 2021.	120
Quadro 17 - Nuvem de frequência Guacamayas 2022.....	121
Quadro 18 - Nuvem de frequência Curitiba 2022.	122
Quadro 19 - Diretrizes de cadastro	195

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	contexto da problemática.....	15
1.2	Proposições de pesquisa	20
1.3	Objetivos	21
1.3.1	<i>Objetivo Geral</i>	21
1.3.2	<i>Objetivos Específicos</i>	22
1.4	Delimitação da pesquisa	22
1.5	Metodologia e processos de pesquisa	23
1.6	Quadro Teórico.....	25
1.6	Estrutura da tese	27
2	DESENVOLVIMENTO TEÓRICO	30
2.1	Relação design e artesanato: uma contextualização histórica.	30
2.2	Da modernidade ao contemporâneo: o design nas relações de consumo.	36
2.3	Design e Artesanato: Interseções na Contemporaneidade	40
2.4	Lugar, Espaço e Território: uma abordagem conceitual.....	45
2.4.1	<i>Design para os territórios</i>	48
2.5	Design em contextos digitais.....	52
2.5.1	<i>Revisão sistemática de literatura (RSL)</i>	59
<u>2.5.1.1</u>	<u>Planejamento da pesquisa</u>	<u>59</u>
<u>2.5.1.2</u>	<u>Condução da revisão.</u>	<u>66</u>
<u>2.5.1.3</u>	<u>Relato final: Sínteses específicas por estudo</u>	<u>67</u>
3.	RESULTADOS DA PESQUISA.....	75
3.1	Colômbia – O Território	75
3.1.1	<i>Sisal e território: o artesanato tradicional em Curitiba e Guacamayas</i>	80
<u>3.1.1.1</u>	<u>Curitiba – Povo de tecelões: Unidade de Análise 1</u>	<u>83</u>
	O Sisal: Uma fibra natural para o artesanato colombiano.	86
	Preparação do Sisal como matéria prima.	87
	Artesanato de tradição: a fabricação de produtos de sisal em Curitiba	90
<u>3.1.1.2</u>	<u>Guacamayas – o vilarejo das mil cores: Unidade de análise 2</u>	<u>92</u>
	Preparação do sisal e da palha como matérias-primas.	97
3.2	Artesanato de tradição: a cestaria em rolo em palha e sisal de Guacamayas	99

3.3 Artesanías de Colombia: uma instituição para a preservação do artesanato colombiano	102
3.4 Pesquisa documental – análise	107
3.5 Espaços de exposição e comercialização para o artesanato de tradição colombiano.	123
3.6 Análise das entrevistas semiestruturadas	131
<i>.3.6.1 Análise das entrevistas de Curitiba.....</i>	<i>132</i>
<u>Das interações com os consumidores: interesses e curiosidades.</u>	<u>132</u>
<u>Realidades da produção artesanal: Conexões com o território de Curitiba</u>	<u>135</u>
<u>Mostrar para vender: a divulgação e comercialização dos produtos de Curitiba.</u>	<u>139</u>
<i>3.6.2 Análise das entrevistas de Guacamayas.</i>	<i>144</i>
<u>Das interações com os consumidores: Interesses e curiosidades.</u>	<u>144</u>
<u>Realidades da produção artesanal: conexões com o território de Guacamayas</u>	<u>149</u>
<u>Mostrar para vender: a divulgação e comercialização dos produtos de Guacamayas.</u>	<u>154</u>
<i>3.6.3 Análise comparativa dos territórios artesanais de Curitiba e Guacamayas: semelhanças e distinções</i>	<i>160</i>
4. DISCUSSÃO	167
4.1 Desenvolvimento do modelo de ferramenta digital.	176
4.2 Complementos para o funcionamento da ferramenta digital.	193
<i>4.2.1 Diretrizes para a interface de entrada de dados.</i>	<i>194</i>
<i>4.2.2 Geração de códigos QR Code</i>	<i>197</i>
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	201
5.1 Principais constatações	201
5.2 Limitações e destaques do estudo.....	204
5.3 Recomendações para estudos futuros.	205
REFERÊNCIAS.....	208
APÊNDICE A – MODELO DE FERRAMENTA DIGITAL.....	223
APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	228
APÊNDICE C – ROTEIRO PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA.....	230

1.



Fonte: Artesanías de Colombia (2019). Fotografia de Luis Aldemar Rodríguez

1 INTRODUÇÃO

A produção de artefatos artesanais manufaturados é uma prática cultural vinculada à trajetória da humanidade desde os primeiros registros históricos. O artesanato emerge da relação entre o ser humano e o trabalho, envolvendo habilidades, modos de fazer e um acúmulo de conhecimentos transmitidos ao longo das gerações. O imaginário que sustenta o artesanato de tradição integra matérias-primas, ferramentas, histórias, memórias, narrativas e os próprios artefatos, que interrelacionados fazem com que o artesanato seja considerado manifestação cultural, sendo muitas vezes outorgado como de patrimônio cultural da humanidade.

O propósito desta pesquisa é contribuir para a preservação dessa herança como patrimônio vivo de territórios e comunidades que se constroem e se reconhecem por meio do fazer artesanal. O artesanato é aqui compreendido como um conjunto de fatores que vão além da materialidade e que fazem parte da identidade do artefato. Porém, na contemporaneidade, o artesanato é uma importante fonte de renda e, neste caso, os elementos que compõem a peça artesanal precisam ser comunicados de forma eficaz para contribuir com sua valorização e fortalecer a sustentabilidade cultural, econômica e material da atividade artesanal.

Sob essa premissa, este trabalho se dedica ao estudo do artesanato colombiano de tradição, com foco nos territórios de Curití e Guacamayas, territórios reconhecidos pelo trabalho artesanal com a fibra do sisal. Ao mesmo tempo, consideramos os desafios do cenário contemporâneo, integrado a uma lógica digital que apresenta constantes transformações e sustenta novas formas de se relacionar, comunicar, divulgar e comercializar. A partir desse cenário, acreditamos que o desenvolvimento de uma ferramenta digital que acompanhe os produtos artesanais — comunicando os processos envolvidos em sua criação e os fatores que direta ou indiretamente influenciam sua elaboração — pode contribuir para sua valorização e para o reconhecimento do território de origem.

Além disso, a proposta desta investigação abre espaço para refletir sobre os recursos e estratégias que o próprio design apresenta para a promoção dos atributos e valores associados a produtos locais, em meio às dinâmicas da interterritorialidade e globalizadas que marcam a contemporaneidade. Essa perspectiva permite reconhecer o design como parte do campo de conhecimento das Ciências Sociais Aplicadas — abordagem que, além de propor importantes reflexões teóricas, pode

oferecer contribuições práticas voltadas a melhoria das condições de vida e ao bem-estar humano em diferentes contextos sociais.

Nesse escopo, a presente investigação fundamenta-se em uma lógica dialética e adota o estudo de caso múltiplo como método, com a participação de comunidades artesanais dos territórios de Curitiba e Guacamayas, na Colômbia. O objetivo principal é elaborar uma proposta de design que contribua para a preservação do patrimônio cultural inerente ao artesanato tradicional colombiano, ao mesmo tempo em que favoreça sua valorização e sustentabilidade diante das dinâmicas comunicacionais e de consumo contemporâneas.

1.1 contexto da problemática.

No panorama global, os crescentes avanços tecnológicos, aliados às estruturas digitais que integram o cotidiano das pessoas, têm impactado as sociedades contemporâneas em diversas esferas. Novas dinâmicas sociais e econômicas, sustentadas pelas redes e por sistemas digitais e logísticos cada vez mais estruturados e integrados, são fomentadas por setores comerciais que exploram os recursos tecnológicos, a interação em tempo real e o fluxo constante de informações para transacionar produtos e serviços com maior liberdade, em um momento de intensificação das dinâmicas do capitalismo global. Segundo Santos (2020) os fatores que estruturam a arquitetura da globalização atual são: “a unicidade da técnica, a convergência dos momentos, a cognoscibilidade do planeta e a existência de um motor único na história, representado pela mais-valia globalizada” (2020, p.24).

Nesse cenário, a compreensão sobre o local tem sido frequentemente deixada à margem do debate, embora, para muitas pessoas, constitua sua única realidade. Os lugares compreendem espaços onde se desenvolvem culturas, economias e ambientes igualmente dinâmicos e significativos — e não se comportam meramente como nós em uma rede capitalista globalizada (Escobar, 2010).

Diante disso, muitas das tradições artesanais presentes na Colômbia — assim como em diversas regiões do mundo —, que integram as identidades locais e são reconhecidas como parte do patrimônio cultural de suas nações, vêm enfrentando crescentes dificuldades para sustentar o ofício artesanal, comprometendo o sustento de famílias e comunidades de artesãos. Nesse contexto, destacam-se os múltiplos esforços realizados por organizações internacionais, governos e instituições sem fins lucrativos para preservar os saberes ancestrais envolvidos na produção artesanal —

como é o caso da UNESCO, especialmente por meio das declarações de Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade.

Na Colômbia, até 2022 havia 11 bens culturais de natureza imaterial reconhecidos pela UNESCO como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade e apenas um deles está relacionado a uma técnica artesanal tradicional: o *verniz de Pasto Mopa-Mopa*, dos territórios de Putumayo e Nariño.

Essa prática artesanal reúne três ofícios tradicionais: a coleta dos brotos da árvore mopa-mopa (*Elaeagia pastoensis mora*) nas florestas do Putumayo; a marcenaria, realizada por artesãos de Nariño, com peças entalhadas ou torneadas; e a aplicação do verniz, uma resina obtida da planta, moldada em finas lâminas coloridas que decoram as peças de madeira com recortes precisos (UNESCO, 2020).

O pedido de inclusão dessa técnica na lista de Patrimônio Cultural Imaterial foi tramitado em caráter de urgência, em razão do risco de desaparecimento do saber tradicional. Entre os principais fatores apontados estão: a escassez e o difícil acesso às matérias-primas (madeira e *mopa-mopa*), as condições precárias dos ateliês, a baixa valorização da cadeia produtiva, a comercialização inadequada com remunerações injustas e, sobretudo, a transmissão limitada do conhecimento, conforme o descrito:

os processos de desenvolvimento e globalização criam alternativas mais rentáveis para os jovens. Isso faz com que os potenciais herdeiros dessas técnicas se interessem por outras profissões e ofícios. Atualmente, existem apenas 10 coletores, dos quais apenas 2 são jovens. Na maioria dos casos, eles decidem não continuar a tradição porque não é economicamente rentável, exige muito esforço e apresenta riscos consideráveis devido às condições das montanhas e da selva (UNESCO, 2020, p. 5, tradução nossa)¹.

A preocupação se intensificou ao ser percebida a diminuição acelerada dos praticantes nos últimos anos. Em 2019, ano em que foi iniciado o pedido de inclusão, existiam apenas 10 coletores, 9 mestres da madeira e 36 mestres do verniz.

Outra estratégia de preservação, frequentemente impulsionada por iniciativas governamentais, busca reconhecer o valor dos produtos vinculando-os a seus

¹ Limited transmission of knowledge: development and globalization processes create more profitable alternatives for youths. This encourages the potential heirs of these techniques to become interested in other professions and trades. There are only 10 harvesters, and among them, there are only 2 youngsters. In most cases, they decide not to continue the tradition because it is not economically profitable, it requires a lot of effort, and it is too dangerous because of the risks that must be overcome in the mountains and the jungle. (UNESCO, 2020, p.5)

territórios de produção, por meio das chamadas denominações de origem (DO) ou indicações geográficas (IG). Embora a prática de identificar a procedência de produtos seja antiga, ganhou força a partir da segunda metade do século XIX, ao destacar qualidades específicas resultantes da extração, cultivo ou transformação em determinada região. Acredita-se que a indicação de origem possa funcionar como um selo de qualidade ou até mesmo de exclusividade (Botana, 2001).

Na Colômbia, os signos distintivos que atestam a qualidade e o valor agregado aos produtos fazem parte do sistema de propriedade industrial. A Superintendência de Indústria e Comércio reconhece três tipos principais: as denominações de origem, que associam qualidades e reputação a uma região específica; as marcas coletivas, que informam características comuns de produtos ou serviços de diferentes empresas sob controle de um titular; e as marcas de certificação, que garantem uma qualidade ou atributo verificado por quem detém o registro (Superintendencia de Industria y Comercio, 2021).

Assim mesmo, entidades de fomento como a Artesanías de Colombia desenvolvem ações de apoio ao setor artesanal nas áreas de design, cadeias produtivas, inovação, comercialização, direitos autorais, entre outras. No entanto, a baixa comercialização dos produtos artesanais de tradição e a limitada renda gerada por essa atividade ainda constituem uma realidade recorrente entre as comunidades artesanais. Segundo levantamento realizado pela própria entidade (Artesanías de Colombia, 2019a), por meio do Sistema de Informação Estatística da Atividade Artesanal (SIEAA), com a participação de cerca de 31 mil artesãos de todo o país, 82,5% declararam receber menos de um salário mínimo legal pela venda de seus produtos. Além disso, aproximadamente metade das famílias entrevistadas depende exclusivamente do ofício artesanal para sua subsistência.

Grande parte desses trabalhadores atua de forma autônoma, e a comercialização ocorre, majoritariamente, por meio de venda direta — especialmente em feiras, eventos (nacionais e internacionais) ou comércios locais —, embora haja também casos de intermediação. O mesmo estudo apontou que 76,2% dos artesãos comercializam diretamente seus produtos, sobretudo em territórios periféricos. Essa modalidade favorece a aproximação entre consumidor e contexto sociocultural das peças; por outro lado, o deslocamento até os locais de produção pode representar uma barreira às vendas, principalmente em regiões com baixo fluxo de visitantes.

Nesse contexto, as feiras nacionais e internacionais configuram plataformas relevantes de comercialização, agregando valor aos produtos devido à familiaridade do público com esse tipo de espaço. Ainda assim, apenas 27,9% dos artesãos participam dessas iniciativas. Para a maioria (72,1%), os altos custos de estandes e as exigências logísticas — como transporte e acondicionamento das peças — são os principais entraves à adesão.

Outro canal recorrente no setor é a atuação de intermediários, que revendem os produtos em consignação, principalmente em centros culturais ou lojas especializadas, mediante comissão. Apesar de comum, apenas 21,8% dos artesãos entrevistados em 2019 pelo SIEAA utilizam essa forma de comercialização. Entre os motivos estão a dependência da dinâmica do revendedor e o risco de a mercadoria permanecer em estoque por tempo prolongado, sem retorno financeiro imediato para viabilizar uma nova produção.

No que se refere à produção artesanal e sua inserção no mercado, destaca-se sua relação com o setor turístico. Essa estratégia, frequentemente adotada por governos locais para dinamizar a economia, pode favorecer a difusão do patrimônio cultural associado aos produtos artesanais, além de ampliar sua visibilidade e alcance comercial. Nesse cenário, impõe-se ao setor artesanal o desafio de proporcionar uma experiência integrada, capaz de comunicar o contexto territorial e cultural da produção, contribuindo para a valorização das peças.

A exportação de serviços — como os setores de transporte, comunicações, financeiros e empresariais —, impulsionada pelo dinamismo do turismo internacional tem desempenhado um papel fundamental na recuperação econômica pós-pandemia na América Latina e no Caribe, sendo considerada uma das áreas de maior aporte em termos nominais. Em alguns casos, os níveis já alcançam, ou até superam, os registrados antes da pandemia (CEPAL, 2025). Esses dados também se refletem na Colômbia, onde, em janeiro de 2024, foi observada uma tendência positiva no fluxo de turistas estrangeiros, com um acréscimo de 1,8% em relação ao mesmo período do ano anterior (Forbes, 2024).

Uma das iniciativas voltadas à integração entre turismo e artesanato na Colômbia é o projeto *Colombia Artesanal*, que utiliza uma plataforma digital para divulgar os ofícios tradicionais do país. A proposta, liderada pela Artesanías de Colombia em parceria com o Ministério de Comércio, Indústria e Turismo e outras entidades de fomento, foi lançada em 2021 com a criação de 12 rotas turísticas. Essas

rotas incluem visitas a ateliês e experiências imersivas em técnicas e ofícios artesanais, reunindo cerca de 90 artesãos consolidados e mestres em distintos saberes. Além de permitir contato direto com as práticas, narrativas e tradições locais, a iniciativa busca complementar a vivência com atrativos turísticos como sítios patrimoniais, festas tradicionais, gastronomia e manifestações culturais nos territórios (Artesanías de Colombia, 2021a).

A adoção de plataformas digitais nesse tipo de iniciativa reflete um movimento mais amplo de transformação, no qual o ambiente digital vem adquirindo crescente relevância. No século XXI, o comércio global tende a favorecer bens e serviços que, além de interagir com canais tradicionais, são impulsionados pela chamada “revolução digital”, responsável por criar novos modelos de consumo, produção e negócios em todos os setores da economia, ultrapassando os fluxos convencionais de comercialização (CEPAL, 2017).

É nesse contexto — marcado por convergências e tensões entre o material e o imaterial, o manual e o digital, o centro e a periferia — que se insere esta pesquisa. O design contemporâneo², ao acompanhar as transformações socioculturais que moldam os modos de viver, pode atuar como mediador desses contornos, retomando conexões históricas entre design e artesanato que, no passado, conferiram reconhecimento ao fazer manual e que, hoje, podem atribuir valor por meio dos contextos locais (Cardoso, 2008).

Diante disso, têm emergido múltiplas ações e pesquisas voltadas ao fortalecimento territorial por meio da valorização dos produtos locais. Nessas iniciativas, e sob a perspectiva do design, têm-se promovido qualidades e atributos conferidos pelas características do próprio território e de sua comunidade — tais como matérias-primas locais; técnicas artesanais de aproveitamento e transformação desses recursos na elaboração de produtos; conhecimentos ancestrais e traços culturais envolvidos; além de fatores externos inseridos na cadeia de valor, para atender às exigências do mercado (Krucken, 2009; Albino, 2017; Andrade; Cavalcanti, 2020; Nunes, 2023).

² Entendido aqui como resultado “da interpretação e tradução dos modos de existência do design na atualidade, contemplando aspectos sociopolíticos e culturais configurados em objetos, informações, sistemas e ações, materiais ou imateriais, que rompe com os padrões modernos racionalistas em sintonia com a complexidade, subjetividade, sensibilidade e diluição das fronteiras do conhecimento” (Moura, *et al.*, 2021, p.106)

Esses estudos, além de convergirem na importância de conhecer os territórios e compreender os contextos como estratégia de valorização dos produtos locais, destacam a necessidade de informar as características de procedência dos artefatos — tanto em relação ao local quanto aos artesãos que os produzem. É justamente nessa dimensão expositiva, considerando o cenário digital e as dinâmicas atuais de consumo, que se concentram as lacunas abordadas por esta pesquisa. Ao mesmo tempo, reconhecendo os múltiplos esforços de diferentes instituições na salvaguarda do patrimônio cultural — assim como das áreas do conhecimento envolvidas na preservação dos saberes ancestrais —, esta investigação propõe uma contribuição voltada à conservação por meio da continuidade do ofício artesanal e da valorização do produto local.

Dessa forma, tomando como foco as técnicas artesanais desenvolvidas com a fibra de sisal nos territórios de Curití e Guacamayas, na Colômbia, buscou-se compreender o contexto artesanal do país, com ênfase nas especificidades dessas duas regiões, a fim de discutir a relação entre o design e o artesanato e explorar como essa abordagem pode contribuir para a valorização do produto local e para a preservação do patrimônio cultural. Nesse percurso, os aspectos até aqui apresentados convergem para a formulação da seguinte pergunta norteadora: **Como o design pode contribuir para a preservação do artesanato colombiano de tradição, especificamente nos municípios de Curití e Guacamayas, enquanto patrimônio cultural de um território, considerando as dinâmicas comunicacionais e de consumo contemporâneas?**

1.2 Proposições de pesquisa

A partir da pergunta central, desdobram-se alguns questionamentos que contribuem para a construção de um raciocínio crítico sobre a problemática apresentada, abrangendo os diferentes aspectos que se buscou articular no intuito de respondê-la. Os principais questionamentos são:

1. Que ações vêm sendo adotadas por entidades de fomento para preservar e fortalecer o artesanato tradicional na Colômbia, especialmente nos territórios de Curití e Guacamayas? Qual tem sido o papel do design nessas iniciativas?
2. Quais são os cenários de exposição, divulgação e comercialização atualmente acessíveis aos artesãos de Curití e Guacamayas nos âmbitos local, nacional e internacional?

3. Quais atributos dos ofícios e dos próprios territórios despertam o interesse dos consumidores durante a interação direta com os artesãos?
4. De que forma uma estratégia orientada pelo design poderia ampliar o reconhecimento e potencializar a valorização do trabalho artesanal e dos produtos gerados?

Nesse sentido, a estruturação do problema de pesquisa sugere a viabilidade da seguinte **hipótese** para o fortalecimento do ofício artesanal: O desenvolvimento de uma ferramenta digital de apoio que comunique os saberes e práticas por trás dos produtos artesanais — desde a obtenção da matéria-prima até as técnicas de transformação, incluindo seus aspectos culturais e simbólicos — pode contribuir para o fortalecimento do artesanato colombiano de tradição, promovendo sua continuidade, além de favorecer a preservação do patrimônio cultural a ele associado.

É perceptível a escassez de aprofundamento, na área do design, quanto à sua atuação em dinâmicas mais complexas de comunicação e exposição relacionadas à produção do artesanato tradicional e ao contexto local que o sustenta. Este, além de ser compreendido como parte constitutiva de um patrimônio cultural e de uma identidade, enfrenta desafios contemporâneos que exigem ações voltadas à sua preservação e continuidade. Nesse sentido, o percurso desenvolvido nesta tese pode auxiliar na criação de ferramentas digitais de divulgação capazes de acompanhar os produtos artesanais, independentemente do ambiente em que estejam inseridos, e de comunicar os saberes, as técnicas, as características, os aspectos do território e os artesãos envolvidos em sua produção, promovendo sua valorização e colaborando para a ampliação do retorno econômico atrelado a ela.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Elaborar uma proposta de design que colabore com a preservação do patrimônio cultural inerente ao artesanato colombiano de tradição e que permita acrescentar a valorização e a sustentabilidade dessa prática diante das dinâmicas comunicacionais e de consumo contemporâneas.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Investigar o artesanato colombiano de tradição nos territórios de Curití e Guacamayas analisando as estratégias de preservação do patrimônio cultural — material e imaterial — e de que forma essas iniciativas contribuem para a promoção dessas práticas culturais;
- Conhecer o funcionamento do ambiente artesanal de tradição dos territórios de *Curití* e *Guacamayas*, na Colômbia, por meio da análise da cadeia produtiva, mapeando as técnicas, percursos e agentes envolvidos desde a obtenção do sisal até a comercialização e as principais experiências de consumo das peças;
- Investigar conhecimentos e ações aplicados ao desenvolvimento de experiências de comunicação e consumo em ambientes digitais, voltadas a produtos artesanais enquanto patrimônio cultural;
- Elaborar uma proposta de solução em design digital que favoreça a valorização e divulgação do patrimônio cultural próprio dos produtos artesanais.

1.4 Delimitação da pesquisa

A metodologia de pesquisa é compreendida como o delineamento racional que possibilita abordar os problemas de investigação por meio da aplicação sistemática de diversos métodos (Diehl; Tatim, 2004). Sendo assim, a base lógica desta investigação é do tipo dialética, já que o método dialético se fundamenta no princípio de que, na natureza, tudo está interligado e de que, entre os fenômenos, sempre existem contradições que promovem mudanças, concebendo o mundo como um conjunto de processos em constante transformação (Marconi; Lakatos, 2003). Nesse sentido, a dialética oferece suporte para uma interpretação dinâmica e totalizante da realidade, uma vez que não admite a compreensão dos fatos sociais de forma isolada, desvinculada de suas influências políticas, econômicas e culturais (Gil, 2021).

Do mesmo modo, a natureza que orienta esta pesquisa é de tipo aplicada, pois seu objetivo é gerar conhecimentos de caráter prático, voltados para a resolução de problemas específicos (Prodanov; Freitas, 2013). Trata-se de um estudo qualitativo, de abordagem exploratória — já que busca proporcionar maior familiaridade com o tema (Prodanov; Freitas, 2013) — e descritivo, que, como o próprio termo sugere, tem por finalidade descrever as características de uma determinada população ou fenômeno, destacando possíveis variáveis e as interações entre elas (Diehl, Tatim,

2004). Suas etapas incluem procedimentos técnicos, como a pesquisa bibliográfica, a documental e o estudo de caso.

1.5 Metodologia e processos de pesquisa

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo de natureza aplicada, com abordagem qualitativa e de caráter exploratório-descritivo. Adota como procedimento principal o estudo de campo, realizado nos territórios de Curití e Guacamayas, considerados referências no artesanato colombiano de tradição. A pesquisa de campo foi orientada pelo método de estudo de caso, adequado para a investigação de fenômenos contemporâneos da vida real, nos quais os limites entre o objeto e o contexto não são claramente definidos (Yin, 2010). Trata-se de um estudo de caso de natureza múltipla — por envolver mais de uma unidade de análise relevante (Yin, 2010) —, que possibilitou uma aproximação com os territórios mencionados, a fim de explorar como os produtos artesanais são concebidos, desde a obtenção da matéria-prima até os processos técnicos de transformação, passando pela construção de narrativas associadas aos produtos e pelos meios contemporâneos de divulgação e comercialização.

Seguindo a abordagem de caso múltiplo exposta por (Yin, 2010) o estudo de campo foi direcionado por 3 fases principais: Definir e projetar, preparar e coletar, analisar e concluir.

Fase 1 – Definir e projetar: Abordagem teórica e documental sobre o artesanato de tradição na Colômbia. Seleção dos casos – territórios de Curití e Guacamayas – como unidades de análise, uma vez que, sendo comunidades artesanais diferentes, compartilham uma característica em comum: sua principal matéria-prima, o sisal (*fique*). Os protocolos de coleta de dados são projetados para as duas comunidades.

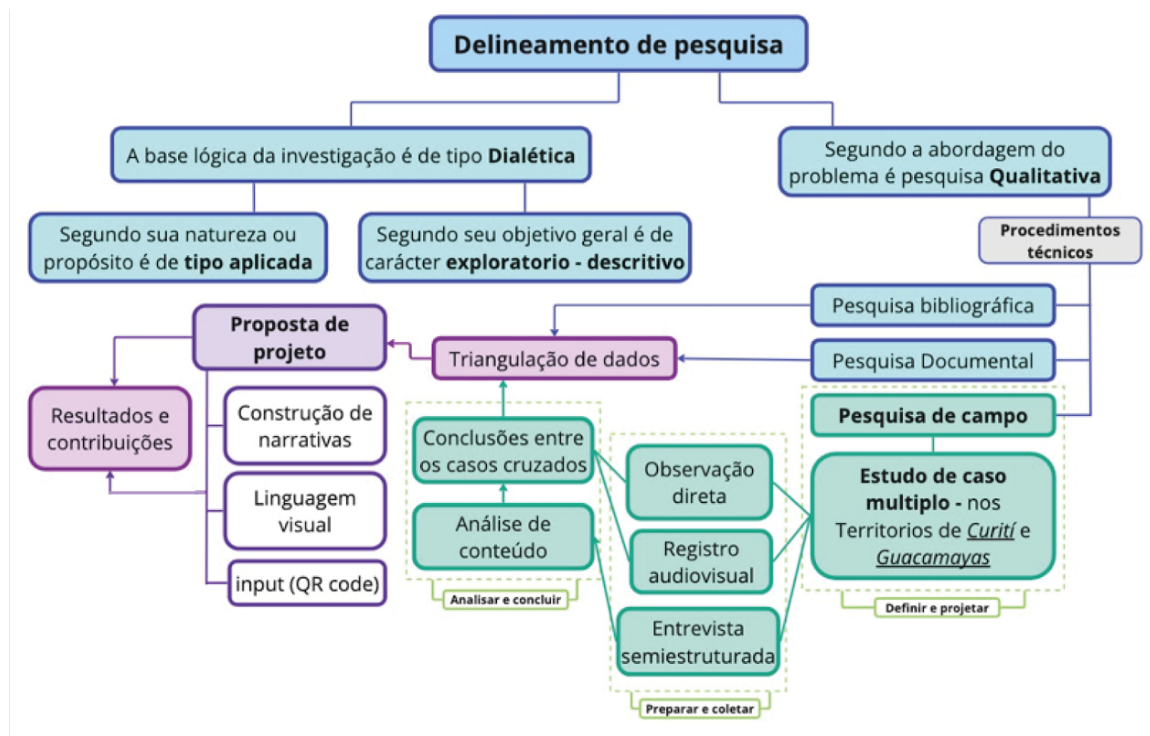
Fase 2 – Preparar e coletar: Por meio da imersão em contexto, realizou-se a coleta de dados com atores representativos da comunidade e atendentes de pontos de comercialização do artesanato local. O método adotado orientou tanto a condução da visita de campo — incluindo procedimentos como observação direta, registro audiovisual e análise de artefatos — quanto a formulação das perguntas norteadoras, organizadas em torno de cinco eixos principais:

- **Matéria-prima** – investigar sua obtenção, procedência, processo de extração e cuidados necessários até o uso artesanal;
- **Processos de transformação** – mapear as técnicas empregadas e suas especificidades;
- **Meios de divulgação e comercialização** – compreender os desafios enfrentados na promoção e venda dos produtos, em níveis local, nacional e internacional;
- **Território** – analisar a relação do artesanato com o contexto geográfico, incluindo conexões com o turismo;
- **Ofício** – identificar os atores envolvidos na cadeia produtiva, desde os próprios artesãos — com ênfase em suas trajetórias e histórias — até agremiações, comunidades locais e entidades de fomento.

Fase 3 – Analisar e concluir: Com base nos dados coletados, utiliza-se o método de análise de conteúdo de Laurence Bardin (2011) para cada um dos territórios. Da mesma forma, os registros audiovisuais são categorizados para que, juntamente com os resultados da análise de conteúdo de cada território, possam ser comparados e discutidos em relação aos conceitos encontrados na fundamentação teórica.

A partir dos resultados do estudo de caso múltiplo e da triangulação de dados, será projetado um modelo de ferramenta, tendo como base as plataformas digitais. A figura 1 apresenta de maneira sintetizada o delineamento da pesquisa

Figura 1 - Delineamento da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Em observância aos protocolos de pesquisa com seres humanos, o projeto foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), campus de Bauru, sob o parecer nº 6.524.542.

1.6 Quadro Teórico

O referencial teórico foi estruturado em dois momentos. O primeiro, voltado à fundamentação, apresentou uma base conceitual sobre a relação entre design e artesanato em seus contextos histórico, contemporâneo e como patrimônio cultural. Também foram analisadas as dinâmicas de consumo sob uma perspectiva sociológica e da cultura material. No segundo momento, voltado ao desenvolvimento do projeto, abordaram-se as conexões entre o território e a valorização do produto local, bem como o papel do design nos contextos digitais e na experiência do usuário. O quadro 1 a seguir apresenta as principais referências teóricas consideradas neste estudo, organizadas conforme sua contribuição para os diferentes eixos temáticos da pesquisa.

Quadro 1 - Referencial teórico

Autor	Contribuição	Área
Bürdek (2002)	Relação design – artesanato. Análise do contexto histórico	Design
Bomfim (1998)		
Heskett (2005)		
Lobäch (2001)		
Schneider (2010)		
Cardoso (2008, 2012)	Teoria do design; Análise do contexto histórico	
Moura (2007, 2012, 2021)	Design contemporâneo; Design de hipermídia	
Lima (2003)	Artesanato, cultura e tradição	
Cavalcanti; Andrade (2020)	Gestão de design para o desenvolvimento do setor artesanal	
Bonsiepe (1997, 2011)	Design e interface; teoria do design e o artesanato nas periferias	
Albino (2017)	O design para valorização da identidade de territórios	
Krucken (2009)	Abordagem a partir da perspectiva do design e do território para a valorização dos produtos locais.	
Nunes (2023)	Instrumento de registro para a sistematização da produção artesanal local (Artesanato mineiro)	
Tuan (2007, 2015)	Conceitualização de espaço, lugar e <i>topofilia</i>	Território
Escobar (2010)	Análise sobre o conceito de lugar no cenário contemporâneo	
Santos (1999, 2006)	Reflexões teóricas sobre a amplitude do conceito de território a partir da geografia	
Lipovetsky (2004, 2015)	Design e setores criativos a partir das dinâmicas sociais e culturais da contemporaneidade	Sociologia e antropologia
Agamben (2009)		
Bauman (2008, 2013)		
McCracken (2007)	As relações entre cultura material e as dinâmicas de consumo na modernidade	
Douglas; Isherwood (2009)		
Castells (2003, 2012)	Discussão sobre a cultura nas dinâmicas de uma sociedade em rede	Cibercultura, hipermídia e design digital
Santaella (2007)	Recursos de linguagem hipermidiática	
Fernandes (2015)	Experiência de usuário	
Garrett (2011)	Design digital e de informação	
IPHAN (2014)	Discussão sobre a herança cultural: material e imaterial	Patrimônio Cultural
UNESCO (2003)	O artesanato como patrimônio cultural imaterial	
Quiñones (2003)	Estudo histórico sobre o artesanato na Colômbia e sua institucionalização pelo Estado	Artesanato colombiano
Vega (2009, 2012)		
Artesanias de Colombia [s.d.]	Documentação sobre a atuação da entidade Artesanías de Colombia para o desenvolvimento integral do artesanato colombiano	

Fonte: Elaborado pelo autor.

1.6 Estrutura da tese

Esta tese está organizada em cinco capítulos principais. **O primeiro** é a introdução, que apresenta uma contextualização da problemática investigada, conduzindo à formulação da questão de pesquisa orientadora, à proposição e aos objetivos (geral e específicos), bem como aos principais referenciais bibliográficos. Inclui ainda a abordagem metodológica, suas delimitações e os procedimentos técnicos adotados.

O segundo capítulo traz o referencial teórico que fundamenta a investigação. Inicia-se com uma contextualização histórica das relações entre design e artesanato desde seus primórdios, percorrendo sua trajetória da modernidade até o cenário contemporâneo.

Em seguida, discute-se o artesanato de tradição no contexto latino-americano, sob a ótica do patrimônio cultural, tanto material quanto imaterial. O capítulo também contempla reflexões sobre o território e a valorização do produto local a partir da perspectiva do design. Por fim, aborda-se o ambiente digital e a atuação do design nesse campo, encerrando com uma revisão sistemática sobre o uso de ferramentas digitais na preservação do artesanato tradicional como patrimônio cultural.

No **terceiro capítulo**, são apresentados o desenvolvimento do estudo e os resultados da pesquisa. O capítulo inicia com uma imersão nos territórios de Curití e Guacamayas, destacando os traços culturais e históricos que envolvem o artesanato tradicional dessas regiões. Em seguida, aborda-se a atuação da principal organização de fomento ao artesanato colombiano, a Artesanías de Colombia, por meio de uma análise documental baseada nos relatórios de atividades da entidade junto às comunidades artesanais de Curití e Guacamayas. Por fim, são apresentados os resultados do trabalho de campo, incluindo a análise de conteúdo das entrevistas realizadas.

O quarto capítulo dedica-se à discussão dos resultados obtidos, assim como ao percurso seguido para a proposição de um modelo de ferramenta digital que comunique os saberes e as práticas envolvidas no artesanato colombiano de tradição, e que possa acompanhá-lo independentemente do lugar onde se encontre, expondo seus aspectos culturais, produtivos e territoriais, os quais o configuram como parte do patrimônio da comunidade e do território em que é produzido.

Finalmente, **o quinto capítulo** reúne as considerações finais do estudo, sintetizando os principais resultados, retomando as hipóteses iniciais, analisando os desafios enfrentados e indicando caminhos para pesquisas futuras.

2.



2 DESENVOLVIMENTO TEÓRICO

2.1 Relação design e artesanato: uma contextualização histórica.

Historicamente, o design e o artesanato têm construído uma relação de provocações e apegos, em especial pela diferenciação entre as atividades do design e as do artesanato, e pelo momento em que acontece esta distinção. Para autores como Bürdek, 2002; Cardoso, 2008; Heskett, 2005; Löbach, 2001; Schneider, 2010, são os movimentos da industrialização que acabam dirimindo essa discussão, uma vez que carece de sentido falar de uma separação entre conceber e fabricar antes da Revolução Industrial. Porém, é importante ressaltar que foi a partir desse momento que se instituiu o design industrial ou *industrial design*, fato que não diz respeito a todo o universo do design.

É assim que esta primeira parte busca mostrar as relações entre o design e o artesanato por meio de uma contextualização histórica determinada pelo crescimento industrial. O propósito, mais do que recontar a história pormenorizando os detalhes que a circundaram, está em resgatar as principais mudanças que surgiram na produção de artefatos, ressaltando as principais conexões com o labor artesanal e como essas transições se refletem no fazer artesanal atual.

De modo geral, os estudos sobre cultura material encontram suporte nas manifestações que os objetos carregam sobre determinada era. Eles podem evidenciar padrões estéticos, inserções tecnológicas, e inclusive vestígios das estruturas sociais e culturais da época em que foram fabricados. Em outras palavras, o sentido que é transpassado e exibido pelos objetos vai constituir uma parte da própria herança social (Mazza; Ipiranga; Freitas, 2007).

Nesse sentido, o ponto de partida é a denominada época do design artesanal, que, segundo Bomfim (1998), esteve caracterizada pela ausência de divisão entre a fase projetual e de concepção do trabalho manual que se focalizava na produção dos objetos. Imaginar os artefatos artesanais e chegar até sua elaboração considera uma série de etapas que estão sustentadas no domínio das mãos, dos olhos e dos materiais (Heskett, 2005); porém, o fato de que todas as etapas possam ser desenvolvidas por uma mesma pessoa, vai dissimular sua complexidade, outorgando simplicidade aparente, mas também permite a difusão do conhecimento tradicional, passado de pai para filho ou de mestre de ofício para aprendiz.

O trabalho artesanal desenvolvido pelo artista (artesão) da Idade Média caracterizou-se por normativas bastante rígidas que permeavam tanto as temáticas das obras quanto sua elaboração, composição, uso de materiais, cores, entre outros (Bomfim, 1998). Logo, as expressões particulares dos artesãos eram inconvenientes, uma vez que a maestria artesanal era avaliada pelo estrito seguimento destas normas.

Por outro lado, Cardoso (2008) faz referência às diferenças existentes entre o design e o artesanato partindo de definições clássicas que restringem a atuação do designer à projeção dos objetos para que logo sejam fabricados por outras mãos ou, inclusive, por meios industriais. As particularidades que separam o design dos processos de produção vão se manifestar no amadurecimento da Idade Média, com métodos artesanais de produção que dão início a uma organização industrial (Heskett, 2005). A expansão do comércio no final da época medieval propulsou estes processos de especialização.

O desenvolvimento das manufaturas acelerou a dissolução da unidade entre conhecimento teórico, arte e artesanato e, da diferenciação entre trabalho intelectual (acadêmicos: cientistas e artistas) e trabalho manual (artesãos), surgiu uma nova forma de atividade “o projeto”. O projeto aparece nesse contexto como linguagem capaz de permitir a integração entre atividades intelectuais e atividades reprodutivas (Bomfim, 1998, p.58).

No século XVII, grandes oficinas começaram a funcionar nas cidades da Europa Ocidental com o objetivo de atender aos desejos sofisticados das cortes e de comerciantes endinheirados, onde se conservaram principalmente as técnicas tradicionais de manufatura, mas também foram adicionados procedimentos de especialização (Heskett, 2005). Dentre os sistemas de manufatura melhor desenvolvidos, encontrou-se a fábrica de *Gobelins*, na França, para a elaboração dos móveis da coroa de Luis XIV. Sob a direção de Jean-Baptiste Colbert, foram concentradas diversas oficinas de fabricação onde se desenvolvia produtos que mobiliavam os edifícios reais, e onde trabalhavam centenas de artesãos que atendiam aos padrões estéticos da época (Cardoso, 2008).

A fabricação industrial, caracterizada por uma acentuada separação das atividades produtivas, só foi possível quando o poder político das antigas guildas de artesãos – também conhecidas como corporações de ofícios – decaiu, deixando para trás os méritos e privilégios que os artesãos da época usufruíam (Cardoso, 2008; Sparke, 2010).

Empresários e comerciantes como *Wedgwood*, *Chippendale* e *Boulton* tornaram-se famosos precisamente por tentar manter uma conexão entre a produção em massa e o trabalho artesanal (Heskett, 2005). Um exemplo disso foi o estilo neoclássico produzido por Boulton, que colaborava diretamente com artesãos altamente qualificados para finalizar os padrões resultantes da produção em massa, que utilizava moldes, estampas e métodos industriais adaptáveis a diferentes materiais. Os artesãos aplicavam suas técnicas à mão para elevar a exclusividade dos artigos de luxo, que não eram necessariamente os mais lucrativos, mas que proporcionaram a Boulton um reconhecimento de qualidade entre a nobreza e a classe média no final do século XVIII.

Löbach (2001) destaca que, até meados do século XIX, a maioria dos utensílios era fabricada à mão, reconhecendo assim dois tipos de produtos artesanais: produtos reconhecidos como funcionais – desprovidos de qualquer outro significado especial – e os produtos de caráter mais simbólico, que, além de terem uma função prática, eram usados como manifestações de status social.

No entanto, os processos de industrialização que vinham se manifestando desde o início do século XVIII na Europa e nos Estados Unidos permitiram o acesso aos bens de consumo por um maior número de pessoas, trazendo novos movimentos sociais, conforme analisa Penny Sparke (2010). A incursão de produtos industriais no cotidiano da sociedade levou a que produtos e imagens de design, que desempenhavam funções além do meramente utilitário, se convertessem em um novo diferenciador social, deixando de lado as artes decorativas que antigamente desempenhavam esse papel.

No século XIX, a produção industrial em larga escala possibilitou que uma considerável parcela da população tivesse acesso a bens de consumo (Bomfim, 1998). Contudo, ao mesmo tempo, houve a motivação para o surgimento de tendências que buscavam resgatar estilos culturais do passado, como ocorreu com o historicismo, uma corrente do século XIX que perdurou até o fim da Primeira Guerra Mundial:

As obras historicistas na arquitetura, nas artes plásticas e no artesanato artístico derivavam o seu vocabulário de formas estilísticas de épocas anteriores – neorromântico, neogótico, neorrenascentista etc. [...] O artesanato artístico orientava-se preferencialmente pelos modelos extraeuropeus (por exemplo, pela arte indiana ou japonesa) (Schneider, 2010, p.19).

A entrada do capitalismo industrial evitou rupturas bruscas junto aos consumidores que estavam acostumados ao estilo dos produtos artesanais. Assim, a produção em série passou, inicialmente, a reproduzir modelos inspirados no artesanato, incorporando alterações sutis que introduziam novos materiais e carregavam significados simbólicos assimilados pelo senso comum. Em meio à vasta produção industrial, as cópias de móveis, objetos e acessórios buscavam transmitir autenticidade ao parecerem ter sido feitas à mão (Lipovetsky, 2015).

Por outro lado, na segunda metade do século XIX, a Inglaterra vivenciou o surgimento do movimento *Arts and Crafts*, que se expandiu pela Europa continental e pelos Estados Unidos até o século XX (Dempsey; Moura, 2010). O movimento, composto por artesãos, artistas, designers, escritores, arquitetos e pensadores, defendia a relevância da inclusão do design e do artesanato em todas as expressões artísticas. Isso surgiu como uma resposta ao crescimento exacerbado da industrialização, que, segundo eles, negligenciava a qualidade em favor da quantidade.

Um dos principais representantes do movimento *Arts and Crafts* foi o designer, pintor, poeta e agitador social William Morris, que proclamava que a arte deveria ser ao mesmo tempo bela e funcional, assim como deveria ser acessível a todas as pessoas (Dempsey; Moura, 2010; Bürdek, 2002).

O pensamento de Morris acabou se espalhando no final do século XIX e início do século XX, inspirando designers a fundarem oficinas que desenvolviam artefatos em escalas artesanais ou semi-industriais; entre as mais renomadas estavam a *Century Guild*, a *Art Worker's Guild*, a *Guild and School of Handicraft* e a *Arts and Crafts Exhibition Society* (Cardoso, 2008; Sudjic, 2010). Contudo, as convicções que encorajavam o *Arts and Crafts* e que representavam sua principal contribuição – uma vez que, em nível estilístico, seus projetos visavam resgatar a natureza rústica da época medieval – não tiveram muito êxito, pois os produtos que tentavam elevar o status do artesão e incentivar o respeito pelas tradições populares só podiam ser adquiridos pelos mais ricos (Dempsey; Moura, 2010).

Outro movimento artístico que teve a intenção de valorizar as qualidades artísticas dos materiais, reconciliando a frieza da emergente reprodução industrial com a estética artesanal da época medieval, foi o *Art Nouveau* (Bomfim, 1998). No final do

século XIX, o estilo assimétrico inspirado nas formas da natureza teve ressonância na classe burguesa de países como França, Alemanha, Bélgica, Hungria e Áustria, entre outros, sendo rapidamente reconhecido como um símbolo de status. No entanto, assim como o *Arts and Crafts*, ficou na categoria do artesanato artístico devido à sua impossibilidade de encontrar aplicações diretas na indústria:

O movimento Arts and Crafts na Inglaterra e o Art Nouveau no continente europeu tiveram, apesar de suas características particulares, algumas semelhanças: ambos propuseram a aplicação da arte na produção artesanal ou industrial como meio para melhorar a qualidade estética dos produtos. [...] Ambos são exemplos de movimentos que se inspiraram no passado e, portanto, não poderiam apresentar uma resposta para o problema de uma estética industrial (Bomfim, 1998, p.75).

Os artistas foram requisitados por muito tempo nas indústrias decorativas, devido às suas habilidades e à capacidade de conquistar mercados mais elitizados. No entanto, a chegada dos produtos fabricados em larga escala, cujo principal objetivo era o volume, acabou relegando os "toques artísticos" a fontes mais padronizadas, que sofriam alterações no meio dos processos mecânicos de fabricação (Sparke, 2010).

Assim, começa a se fortalecer estilos voltados ao modernismo e à cultura de massas, com pensamento mais funcionalista, que deixavam o labor artesanal relegado, exceto por algumas associações que surgiram na época, como o *Deutsche Werkbund* – Liga Alemã do Trabalho – em 1907 (Bomfim, 1998; Schneider, 2010; Bürdek, 2002). A *Werkbund*, que foi formada por artistas, artesãos, indústrias, publicitários, entre outros, teve como objetivo melhorar o trabalho profissional e a má reputação dos produtos alemães na esfera internacional, por meio da educação e da ação conjunta entre a arte, o artesanato e a indústria.

Alguns profissionais provenientes da *Werkbund* criaram em 1919 a Escola Oficial da *Bauhaus*, com Walter Gropius como principal responsável (Bürdek, 2002; Schneider, 2010). A *Bauhaus* pretendia uma nova linguagem formal que considerava a harmonia entre as artes e os ofícios, usando princípios pedagógicos como o acompanhamento de dois responsáveis à frente de cada oficina – um “mestre da forma” (artista) e um “mestre do ofício” (artesão), e estatutos que colocavam a arte e a maestria do artesanato no mesmo nível sob o amparo da arquitetura. No momento da consolidação da escola, as tensões internas com o pensamento funcionalista de alguns de seus fundadores acabaram direcionando o sentido projetual da *Bauhaus*

para a criação de produtos com um alto grau de funcionalidade industrial, de sua produção e das condições sociais visando atender à maior parte da sociedade (Löbach, 2001; Bürdek, 2002).

Anos mais tarde, foi criada a *Hochschule für Gestaltung* – Escola Superior da Forma, em Ulm – com o objetivo de consolidar os objetivos traçados pela Bauhaus (Bomfim, 1998; Bürdek, 2002). No entanto, a objetividade de seu pensamento, centrado no desenvolvimento de produtos industriais produzidos em grande escala, acabou por fechar as tentativas de unir a arte à indústria, dando lugar ao raciocínio científico que impactou todas as áreas de projeto. "Qualquer objeto que tivesse caráter artesanal ou artístico tornou-se praticamente um tabu" (Bürdek, 2002, p. 45).

Depois, vieram várias décadas de evidente funcionalismo que se manifestava em diferentes latitudes, onde não houve espaço para os fazeres artesanais. Na Europa, evidenciou-se uma preocupação em atingir, de maneira igualitária, a maioria da população com a 'estética' do funcional, aproveitando a reprodução industrial. Já nos Estados Unidos, houve uma conexão com as dinâmicas mercadológicas e com aspectos estéticos orientados pelo marketing, consolidando assim as particularidades do design americano do início do século XX, o *styling* (Schneider, 2010).

O capitalismo e a ampliação da sociedade de consumo trouxeram consigo uma série de críticas ao modernismo neo-funcionalista no pós-guerra (Schneider, 2010). Diversos movimentos sociais que defendiam causas como o feminismo e temas ecológicos foram acompanhados por coletivos de designers e arquitetos que expressaram sua inconformidade com a estética funcionalista imposta, que era considerada inexpressiva e fria (Bomfim, 1998).

Assim, nos Estados Unidos dos anos 60, surgiram movimentos de contracultura como o dos Híppies e, posteriormente, na Itália, grupos como o *Global Tools*, *Studio Alchimia* e *Memphis*, que chegaram a representar as tendências do radical design ou *antidesign* dos anos 70, em clara contraposição ao funcionalismo e ao pensamento moderno. Seus desenhos, carregados de um alto valor simbólico, aproveitavam influências de diferentes contextos culturais, resgatando o fazer artesanal na produção de pequenas coleções, inclusive peças únicas para exposições e performances. Esses movimentos consolidariam uma tendência estética hoje conhecida como pós-modernista e marcaram o começo de uma mudança de paradigma (Bomfim, 1998; Bürdek, 2002; Schneider, 2010; Lipovetsky, 2015).

Sparke (2010) faz alusão a estudos históricos que têm concentrado seus esforços em retratar a natureza variante do processo de design no meio da transição da produção artesanal e de suas práticas tradicionais para a produção industrial, que teve início na divisão do trabalho. Para ela, essa transição poderia se resumir ao fato de que, do século XVIII ao século XX, coexistiram em diferentes indústrias diversas formas de agregar sua parte de "design" aos produtos.

2.2 Da modernidade ao contemporâneo: o design nas relações de consumo

No domínio da modernidade, o significado do termo "design" foi associado às diversas expressões das esferas comerciais e de consumo. Na primeira metade do século XX, o termo "design" podia ser utilizado como sinônimo de "moderno" e, mais adiante, no que hoje chamamos de pós-moderno, o design conseguiu se enquadrar como um "vale tudo" para integrar a cultura pluralista que caracterizou essa época (Landim, 2010).

A pós-modernidade é considerada como aquele período na história em que as mudanças na perspectiva da sociedade começam a ocorrer e as limitações institucionais que reprimiam as liberdades individuais são derrubadas, dando abertura à manifestação de desejos subjetivos, do particular, do amor-próprio (Lipovetsky, 2004).

Dessa maneira, novas linguagens vão ser construídas a partir de mudanças tecnológicas e de pensamento, deixando para trás as estruturas do controle social, como relata Mônica Moura (2007)

A funcionalidade rígida e sem espaço ao lúdico, a limpeza da forma, a grade como uma estrutura de padrões determinados, os princípios "a forma segue a função" e "menos é mais" caíram por terra mediante as mudanças tecnológicas e de linguagem destes tempos pós-modernos (p,23).

Com isso, um novo modelo econômico começa a se manifestar com o intuito de ultrapassar o capitalismo da era industrial e sua regularidade, incorporando a dimensão criativa e imaginária às estruturas dos mercados, um modelo que Lipovetsky (2015) vai chamar de capitalismo artista:

O capitalismo artista não é designado como tal em razão da qualidade estética das suas realizações, mas dos processos e das estratégias que emprega de maneira estrutural visando à conquista dos mercados. Não se trata do apogeu da beleza no mundo da vida, mas da reorganização deste sob o reinado da artealização mercantil e da fábrica industrial das emoções sensíveis. [...] um capitalismo centrado na produção foi substituído por um capitalismo de sedução focalizado nos prazeres dos consumidores por meio das imagens e dos sonhos, das formas e dos relatos (p.30).

Assim, a produção industrial passará por diversas mudanças, e o campo do design acompanhará esses novos modelos. A produção em massa, que conduziu o modelo normativo dos anos 60, será deslocada para uma produção mais flexível no século XXI. A customização dos produtos e a qualidade na gestão dos processos produtivos, visando aos desafios sociais e ambientais, orientam a jornada das indústrias (Cardoso, 2012). No entanto, a expressão individual das pessoas e a demanda pela diferenciação simbólica fazem com que novos produtos sejam projetados considerando uma alta carga semântica (Bürdek, 2002; Schneider, 2010).

A sociedade de hiperconsumo, agora alimentada por um sistema desregulado e pluralista, leva o sujeito a explorar suas próprias particularidades: "Cada um com seus objetos, cada um com seu uso, cada um com seu ritmo de vida" (Lipovetsky, 2007, p. 105).

Outro dos cenários que se destaca no denominado "capitalismo artista" das últimas décadas, segundo Lipovetsky (2015), é o do hibridismo. As fronteiras e hierarquias entre o design, a moda, as artes consideradas nobres, as expressões populares, a fotografia e a publicidade, entre outras, se diluem na construção de novos imaginários marcados por sobreposições, misturas e transversalidade. O hibridismo enfrenta posturas contrárias e aparentemente irreconciliáveis, que envolvem distinções entre o moderno e o tradicional, o popular e o erudito — ou ainda, os contrastes estabelecidos por puristas da estética moderna entre arte e artesanato. Enquanto a arte é concebida como um campo simbólico, em que a forma prevalece sobre a função e o belo sobre o útil, o artesanato permanece vinculado a uma lógica prática, sendo historicamente relegado a uma posição secundária (García, 1990).

Nesse contexto, o hibridismo, ao favorecer a diluição das fronteiras culturais, revela-se também um aliado estratégico do universo do design. As bases dessas hibridações buscam envolver o consumidor "indiferente", ao mesmo tempo que abrem espaço para inclinações mais pessoais. Essas inclinações acompanham a espiral da individualização, manifestando-se no consumo de objetos do passado, carregados de

memória e reinterpretados em estilos contemporâneos, que favorecem experiências emocionais para o hiperconsumidor individualista (Lipovetsky, 2015).

Por outro lado, o tempo em que vivemos — chamado de contemporâneo por alguns autores (Moura, 2012; Agamben, 2009), mas também de hipermodernidade (Lipovetsky, 2004) ou modernidade líquida (Bauman, 2013) por outros — é marcado por transformações constantes e imprevisíveis que impactam nossa relação com o cotidiano e os diferentes cenários sociais. Essas mudanças podem acompanhar as nossas tarefas habituais do cotidiano ou fazer parte das dinâmicas das sociedades cada vez mais complexas³ (Moura, 2012).

O autor Agamben (2009) se refere à contemporaneidade como uma singular relação com o próprio tempo, o contemporâneo mantém o olhar fixo nos acontecimentos que está vivenciando, mas também sabe tomar distância e observar criticamente o passado e as mudanças vindouras. Por sua vez, Bauman (2013) faz referência às dinâmicas de modernização que, veementes em si mesmas, não permitem que nenhuma das etapas futuras da vida social possa manter sua forma durante muito tempo, comportando-se como um líquido – termo cunhado pelo autor para acompanhar seu conceito de modernidade.

Nesse sentido, a contemporaneidade e as transformações que ela suscita se manifestam na maneira de viver, nos modos em que nos comunicamos, nos relacionamos, de nossas escolhas, e claro está, na construção das mais variadas manifestações – objetuais, artísticas, tangíveis, intangíveis – que vão tentar acompanhar essas dinâmicas de câmbio, que finalmente “são reflexos e, ao mesmo tempo, anúncios das mudanças socioculturais nesses tempos. Reflexos da nossa vida, do nosso meio e do nosso modo de viver” (Moura, 2012, p.2)

Sendo assim, entramos a delimitar o conceito de consumo e da experiência que é construída e repassada na sociedade contemporânea.

A primeira afirmação feita por diversos autores que tratam das dinâmicas do consumo na sociedade (Featherstone, 1991; McCracken, 2007; Barbosa, 2010;

³ O fenômeno da complexidade faz referência a “um sistema composto de muitos elementos, camadas e estruturas, cujas inter-relações condicionam e redefinem continuamente o funcionamento do todo. Algo como uma metrópole, que é constituída por diversos sistemas interligados e incontáveis elementos, numa relação intrincada de vaivém, sobe e desce, criação e destruição contínuas, sem que se saiba onde ela começa ou termina, e sem que ela venha a se extinguir nunca” (Cardoso, 2012, p. 25).

Bauman, 2008; Douglas; Isherwood, 2009; Lipovetsky, 2011; Perez, 2020) é que o consumo não se limita apenas ao comércio de mercadorias ou ao simples ato de comprar. O consumo é um processo que se inicia muito antes da aquisição de algum produto ou serviço e está pautado por uma série de fatores que envolvem a escolha, e posteriormente a aquisição. "A busca por informações, o passeio pelas ruas, o olhar de uma revista, o *test drive* nas concessionárias ou a rolagem dos dedos pelas stories do Instagram das marcas, tudo isso é consumo. Quando usamos um produto ou usufruímos de um serviço, estamos consumindo" (Perez, 2020, p. 12).

Tal perspectiva permite compreender o consumo não apenas como um ato individual ou momentâneo, mas como parte de uma engrenagem mais complexa, na qual o fluxo constante de mercadorias e das matérias-primas que as compõem — atravessando dinâmicas de produção, armazenamento, distribuição e descarte —, com o apoio da cultura na qual estão inseridas e que as impulsiona, contribui para moldar as formas de vida expressas nas relações humanas (Bauman, 2008). O consumidor parte de um estilo de vida permeado por uma série de rituais com os quais busca construir um universo inteligível por meio dos bens que escolhe (Douglas; Isherwood, 2009).

Dessa forma, o significado de cultura em uma sociedade de consumo pode transitar de um lado para outro, auxiliado pelos interesses coletivos e individuais de designers, fabricantes, publicitários, entre outros (McCracken, 2007). Primeiramente, a noção de cultura é absorvida do mundo culturalmente constituído e transferida para os bens de consumo, para posteriormente ser transmitida ao consumidor individual.

Por outro lado, ao buscar entender o contexto que acompanha as dinâmicas de consumo, encontra-se a valorização da experiência de compra com o intuito de deslocar a dimensão racional da transação para uma mais emocional. "Criar uma ambiência sensível (cores, formas, fragrâncias, texturas etc.) que promova a imersão no universo simbólico da marca/produtos, favorecendo a sedução e o envolvimento" (Perez, 2020, p. 62).

Por conseguinte, utilizar a expressão "cultura de consumo" é sublinhar que o mundo dos bens e os seus princípios estruturantes são fundamentais para a compreensão da sociedade contemporânea, o que significa focar em dois pontos: primeiro, na dimensão cultural da economia, na simbolização e na utilização de bens materiais como "comunicadores", e não apenas como utilidades; e, em segundo lugar, na economia dos bens culturais, nos princípios de mercado – oferta, procura,

acumulação de capital, competição e monopolização – que operam na esfera dos estilos de vida, bens e mercadorias (Featherstone, 1991).

2.3 Design e Artesanato: Interseções na Contemporaneidade

No cenário contemporâneo, observa-se uma reaproximação entre o design e o artesanato, marcada pelo resgate de conexões históricas que conferem reconhecimento e valor ao fazer manual (Cardoso, 2008). Esse movimento abre espaço para que o artesanato recupere seu potencial de reencantar o consumidor, ao despertar o interesse pela individualidade e pela participação nos processos produtivos. Assim como no passado, quando uma produção moderada era acompanhada por uma retribuição que valorizava a dedicação e a atenção aos detalhes, o objeto artesanal volta a assumir o papel de mediador das relações entre quem produz e quem consome, sustentado por valores subjetivos e afetivos (Lobäch, 2001).

Sob essa perspectiva, busca-se definir o artesanato na contemporaneidade, considerando o contexto de sua origem. Para iniciar, adotamos aqui a visão de Katinsky (1991), o qual argumenta que o termo 'artesanato' é relativamente recente, derivado de 'artesão' – uma expressão com um percurso histórico mais extenso, que designa o operário em uma comunidade de ofícios. Pode-se entender o artesanato como um fenômeno moderno que surge para diferenciar o ofício realizado pelo artesão da manufatura industrial no novo sistema de produção capitalista:

Se definirmos "artesanato" como modos de produção de bens que se diferenciam do modo padrão de produção de bens de nossa sociedade, isto é, a indústria maquinizada e automatizada, veremos que ele cobre uma infinidade de campos da atividade humana [...] Partirmos da nossa noção de indústria moderna, e por oposição, tudo aquilo que não se enquadrar nessa noção será considerado e descrito na categoria artesanato (p.45).

Dessa forma, o desenvolvimento de artefatos⁴ e as maneiras pelas quais eles são produzidos têm acompanhado, ao longo do tempo, as distinções entre design e artesanato, buscando responder a necessidades manifestas em situações e contextos

⁴ “Artefato é um objeto feito pela incidência da ação humana sobre a matéria-prima: em outras palavras, por meio da fabricação. Sua raiz etimológica está no latim *arte factus*, ‘feito com arte’; e ela está na origem do termo ‘artificial’, ou seja: tudo aquilo que não é natural.” (Cardoso, 2012, p.47)

específicos. Assim, os artefatos não representam apenas a cultura material, mas incorporam valores, costumes e saberes que, em suma, possibilitam a compreensão da construção histórica das sociedades. Para Virginia Cavalcanti, Ana Maria de Andrade e Germannya Silva, os artefatos atuam “como testemunhas silenciosas de uma civilização, os artefatos representam sua cultura, não apenas a material, mas também aspectos da cultura imaterial, como os modos de fazer, as formas de organização e gestão do que se produz” (2013, p. 78).

Nesse sentido, Lima (2003) considera o artesanato uma referência cultural de vital importância para um país, ao incorporar tradições e técnicas que revelam e sustentam identidades regionais e locais. Saberes, práticas e habilidades estão profundamente ligados ao modo de viver das comunidades, sendo intrínsecos às suas condições sociais, econômicas e culturais.

A partir dessa perspectiva, o artesanato pode ser compreendido dentro de um contexto territorial, no qual se busca aproveitar recursos nativos — que vão desde repertórios pictóricos e simbólicos até matérias-primas e modos de produção — contribuindo para a construção de identidade. Exemplos significativos dessa dinâmica podem ser observados em países periféricos, onde predominam atividades econômicas, muitas vezes informais. Essas experiências permitem analisar diferentes posturas no entendimento da relação entre o design e o artesanato (Bonsiepe, 2011).

Nessa linha, Bonsiepe (2011) apresenta inicialmente uma abordagem de forte caráter conservador, centrada na proteção do artesão frente às influências externas contemporâneas. Em seguida, descreve a postura *estetizante*, que enxerga os artesãos como representantes legítimos da cultura popular, conferindo ao seu trabalho o estatuto de arte — arte popular. Essa abordagem, por vezes apropriada por agentes externos às comunidades, serve como base estética para a criação de objetos de design e se aproxima do chamado *ethnodesign*. Além disso, o autor discute outras perspectivas, como o enfoque paternalista — relacionado a programas assistencialistas de instituições públicas que visam ao desenvolvimento de comunidades artesãs —, o enfoque culturalista — que valoriza projetos de artesanato local como ponto de partida para um design autenticamente latino-americano — e, por fim, o enfoque voltado à promoção da inovação, que defende a autonomia dos artesãos como meio de garantir a sustentabilidade de seu ofício com qualidade e dignidade.

Com o intuito de aproximar a conceituação de artesanato discutida pelos autores anteriormente citados da realidade latino-americana, apresenta-se o Quadro 2, que propõe uma classificação dos diferentes tipos de artesanato. Para isso, contrapõem-se as visões de duas importantes entidades de fomento à atividade artesanal: a Artesanato Solidário – ARTESOL (2022), organização de caráter social voltada ao desenvolvimento do artesanato brasileiro, e a Artesanías de Colombia (2022), sociedade público-privada que atua na promoção da sustentabilidade do setor artesanal colombiano.

Quadro 2 - Conceituações sobre artesanato – Comparação organizações Brasil / Colômbia.

CONCEITO	ARTESOL- BRASIL	ARTESANÍAS DE COLOMBIA - COLÔMBIA
ARTESANATO	O artesanato pode ser entendido como a arte de criar objetos por meio da transformação da matéria-prima, usando as mãos como o principal instrumento de trabalho. As ferramentas e equipamentos são sempre auxiliares, não se sobrepondo ao fazer manual.	O Objeto artesanal cumpre uma função utilitária ou decorativa e, em alguns casos, pode adquirir caráter de obra de arte também.
ARTESANATO INDÍGENA	Refere-se aos conhecimentos e modos de fazer tradicionais dos diferentes povos indígenas que vivem em território brasileiro. Os objetos são criados para diferentes finalidades, e os mais conhecidos são os cestos trançados, as cerâmicas e os ornamentos, como colares e pulseiras. A produção artesanal é realizada de acordo com as regras culturais específicas de cada povo.	Produção de bens úteis, rituais e estéticos, que se constituem como expressão material da cultura de comunidades com unidade étnica e relativamente fechadas. Os produtos são elaborados para satisfazer necessidades sociais, integrando os conceitos de arte e funcionalidade, materializando assim o conhecimento da comunidade sobre os recursos do entorno geográfico, o qual é transmitido através das gerações. Na Colômbia, o último informe do sistema de informação estatístico da atividade artesanal (Artesanías de Colombia, 2019), que contou com cerca de 31.000 artesãos colombianos de todas as regiões da Colômbia, revelou que 31,5% se reconhece como parte de alguma comunidade indígena.

ARTESANATO DE TRADIÇÃO	O artesanato tradicional compreende os saberes e modos de fazer artesanais que são passados de geração em geração em uma comunidade. Os objetos tradicionais fazem parte do modo de vida das pessoas de um local, em atividades cotidianas ou eventos importantes. Eles materializam valores culturais ancestrais, transmitindo histórias e conhecimentos ao longo do tempo. Esse tipo de artesanato possui um sentido ampliado, pois não diz respeito somente às técnicas de criação. Ele compreende os conhecimentos do artesão sobre o lugar onde vive, os ciclos naturais da matéria-prima, entre outros.	Produção de objetos úteis e estéticos, realizados em forma anônima por uma determinada população, exibindo um domínio de materiais, geralmente procedentes do habitat da comunidade. Esta atividade é realizada como ofício especializado, transmitido de geração a geração. Se denota como uma expressão fundamental da cultura com as quais se identificam as comunidades mestiças e negras, influenciadas em diferentes graus pelos traços culturais e da visão do mundo dos originários imigrantes da Europa.
ARTE POPULAR / ARTESANÍA CONTEMPORÁNEA OU NEOARTESANÍA	Arte popular compreende todas as manifestações artísticas que expressam temáticas e valores culturais de um povo ou comunidade, criadas por artistas sem formação acadêmica em artes. Enquanto o objeto artesanal é produzido principalmente para atender alguma necessidade de uso, o objeto artístico busca proporcionar uma experiência estética.	Produção de artefatos úteis e estéticos, cujos processos são caracterizados pelos elementos técnicos e formais, procedentes de diferentes contextos socioculturais e níveis técnicos e econômicos. Evidencia-se uma transição para a tecnologia moderna e/ou pela aplicação de tendências universais e acadêmicas, destacando-se a criatividade individual, expressa na qualidade, originalidade e estilo.

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos conceitos definidos por ARTESOL (2022) e Artesanías de Colombia (2022)

Retomando duas das classificações apresentadas no quadro anterior — o artesanato indígena e o artesanato de tradição —, observam-se amplas convergências entre as duas instituições analisadas. No que diz respeito ao artesanato indígena, ambas enfatizam os conhecimentos étnicos próprios das comunidades originárias, compreendidos como expressões culturais singulares das diferentes etnias de cada país. De forma semelhante, no caso do artesanato de tradição, destaca-se, em ambas as abordagens, a transmissão intergeracional de

saberes e práticas, com ênfase nos valores culturais incorporados ao manejo das matérias-primas oriundas dos territórios onde vivem os grupos artesanais. Esses elementos evidenciam o caráter identitário dos ofícios artesanais, tanto daqueles vinculados aos povos originários quanto daqueles vinculados a comunidades tradicionais. Tal dimensão confere ao artesanato um valor associado à preservação cultural e ao reconhecimento do patrimônio vinculado aos territórios que compõem a diversidade de uma nação.

Dado o caráter identitário e o vínculo com os territórios observados nos ofícios artesanais, torna-se pertinente recorrer à noção de patrimônio cultural para aprofundar sua compreensão. Partimos, aqui, da definição proposta pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN (BRASIL, 2014), segundo a qual o conceito é elucidado a partir dos termos que o compõem. O vocábulo “patrimônio” remete às ideias de importância e valor acumulados e transmitidos ao longo das gerações, constituindo-se como uma herança coletiva. Já o termo “cultural” refere-se ao campo das práticas e expressões simbólicas de uma determinada região; essa herança cultural está, portanto, diretamente associada ao conceito de identidade. Segundo a Convenção da UNESCO (2003), para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial:

Entende-se por “patrimônio cultural imaterial” as práticas, representações, expressões, conhecimentos e competências – bem como os instrumentos, objetos, artefatos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, grupos e, eventualmente, indivíduos reconhecem como fazendo parte do seu patrimônio cultural. [...] O “patrimônio cultural imaterial” tal como é definido no parágrafo I supra, manifesta-se nomeadamente nos seguintes domínios: tradições e expressões orais, incluindo a língua como vector do património cultural imaterial; artes do espetáculo; práticas sociais, rituais e atos festivos; conhecimentos e usos relacionados com a natureza e o universo; técnicas artesanais tradicionais.

Na sequência é importante tratar a relação entre as dimensões material e imaterial do patrimônio cultural. Embora no Brasil o conceito de patrimônio cultural mantenha a dicotomia entre esses estágios, “pode-se argumentar também que, de fato, não existe Patrimônio Imaterial sem alguma espécie de materialidade por meio da qual ele se materialize ou estabeleça uma relação de interdependência” (IPHAN, 2014, p.24).

Nesse contexto, destaca-se o mérito social do ofício artesanal, bem como a necessidade de sua preservação enquanto patrimônio cultural. O artesanato se caracteriza pela qualificação informal e proporciona maior autonomia na utilização de

matérias-primas locais, ferramentas simples e saberes tradicionais, entre outros elementos. Além disso, o artesanato favorece a integração das comunidades que compartilham um mesmo contexto sociocultural, fortalecendo os vínculos sociais em torno de uma atividade que exige habilidade, disciplina e criatividade por parte de seus praticantes.

2.4 Lugar, Espaço e Território: uma abordagem conceitual

Compreender as relações de apropriação dos artesãos com o espaço onde desenvolvem sua atividade exige recorrer à geografia, especialmente à geografia humana, pois o estudo do lugar é um de seus principais objetos de pesquisa (Cresswell, 2004), sem desconsiderar as importantes contribuições de outras áreas das ciências sociais para enriquecer a discussão.

Neste trabalho, diferenciamos aqui os conceitos de lugar, espaço e território, que, embora frequentemente utilizados como sinônimos, não são equivalentes, ainda que guardem certa correlação. Falar do lugar em suas dimensões significativas remete, em essência, à experiência de habitar, às vivências associadas a esse processo e às interações dele decorrentes (Sarde Neto; Malanski, 2023). Além disso, refletir sobre o lugar é uma forma de compreender a realidade, as conexões entre pessoas e espaços e os significados que essas relações podem suscitar (Cresswell, 2004).

Tuan (2015) diferencia espaço e lugar, indicando que o espaço é mais abstrato e representa o ponto de partida. À medida que o conhecemos e lhe atribuímos valor e significado, ele se transforma até constituir-se como um lugar definido. Na mesma linha, Tuan (2007) discute o conceito de *topofilia*, termo que desenvolveu em 1974 para se referir ao laço afetivo entre as pessoas e os lugares, incorporando a relação entre os sentimentos e os aspectos do entorno material. Ele afirma: “Depois de termos examinado a natureza do sentimento, podemos considerar o papel que o lugar ou o ambiente desempenha no que diz respeito a nos oferecer imagens que façam da *topofilia* algo mais do que um sentir difuso e desvinculado” (2007, p. 155, tradução nossa).

Por sua vez, Yori (2007) se distancia da visão afetiva entre o espaço e o indivíduo proposta por Tuan, conferindo à definição de *topofilia* um caráter mais ativo e prático. Segundo o autor, o lugar se constrói por meio da interação tanto com os objetos materiais presentes quanto com os demais seres humanos que coabitam o

espaço. A *topofilia*, nesse sentido, configura-se como um ato de coapropriação entre o ser humano e o mundo, que se constroem mutuamente.

Dessa forma, ressaltamos, “não chegamos a ocupar um lugar”, mas sim a abri-lo nesse tipo de encontro que, como no caso da vespa e da orquídea, dá sentido a ambos os atores envolvidos; neste caso, ao ser humano e ao mundo histórico e social no qual ele se afirma a cada passo e com o qual interage permanentemente (Yory, 2007, p. 61, tradução nossa).

Por outro lado, está o conceito de território, que, em seu sentido mais estrito, é compreendido como uma designação política para a extensão delimitada de um país (Santos; Silveira, 2006). Ainda assim, para que um território seja reconhecido como tal, é necessário que tenha um sujeito, ou seja, que seja uma propriedade ocupada — um “território de alguém” — com fronteiras que delimitem esse espaço (Sarde Neto; Malanski, 2023; Santos; Silveira, 2006).

Para abordar o sentido de território, é igualmente importante diferenciá-lo do conceito de espaço, a fim de compreender suas dimensões e alcances. Sob a ótica do território, o espaço é entendido como a extensão que o antecede e a partir da qual o território é constituído, servindo como suporte para as ações realizadas por um ou vários atores (Raffestin, 1993). Nesse sentido, o território é o espaço onde o ator desenvolve um trabalho que pressupõe fluxos de energia e informação, os quais, por consequência, evidenciam relações de poder. Dessa forma, o ator demarca propriedade sobre aquele espaço — ele o territorializa. “O espaço é a ‘prisão original’, o território é a prisão que os homens constroem para si” (Raffestin, 1993, p. 143).

Mesmo dando ênfase aqui à área da Geografia, o autor Haesbaert (2011) amplia o conceito ao considerar abordagens provenientes de outras áreas do conhecimento. Segundo o autor, as *Ciências Políticas* tratam o território a partir das relações de poder, especialmente ligadas à concepção de Estado. Já a *Economia* o entende como um fator locacional que abriga uma base produtiva. A *Antropologia* destaca sua dimensão simbólica, enquanto a *Sociologia* o analisa a partir de sua influência nas relações sociais. Por fim, a *Psicologia* reconhece o território como parte da construção da identidade pessoal, levando-o à escala do próprio indivíduo.

Nesse sentido, Haesbaert (2011) destaca que, embora a discussão sobre território envolva necessariamente relações de poder e negociações em torno do espaço, essa concepção deve ser entendida como a convergência de múltiplos contextos nos quais o território é reivindicado — desde aspectos mais materiais, como

os de ordem econômica ou jurídica, até dimensões de cunho simbólico, como aquelas de natureza étnica, cultural ou religiosa. Souza (2000), por sua vez, ressalta a importância dessas outras dimensões para compreender os interesses e vínculos que levam alguém a desejar ou proteger um território.

O território [...] é fundamentalmente um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder. A questão primordial, aqui, não é, na realidade, quais são as características geoecológicas e os recursos naturais de uma certa área, o que se produz ou quem produz em um dado espaço, ou ainda quais as ligações afetivas e de identidade entre um grupo social e seu espaço. Estes aspectos podem ser de crucial importância para a compreensão da gênese de um território ou do interesse por tomá-lo ou mantê-lo [...] (Souza, 2000, p. 78).

Cabe destacar que, no debate sobre o território e as relações de poder, parte significativa dos estudos sobre processos de territorialização concentra-se na conquista ou na defesa do território. No entanto, isso não significa que tais processos devam ser compreendidos estritamente sob uma perspectiva político-estratégica ou militar. Diante da complexidade das relações sociais, outras dimensões — como as econômicas ou culturais — podem emergir como mais relevantes, sem que, por isso, se configurem como únicas ou excludentes (Souza, 2009).

Assim, diversos autores (Escobar, 2010; Santos, 1999; Souza, 2000), ao considerar a complexidade territorial, reconhecem que uma configuração territorial envolve diversas variáveis — componentes naturais e sociais presentes no território — que operam de maneira simultânea. Como afirma Santos (1999): “O território é o lugar em que desembocam todas as ações, todas as paixões, todos os poderes, todas as forças, todas as fraquezas, isto é, onde a história do homem plenamente se realiza a partir das manifestações da sua existência” (p. 7).

Na sequência, o autor complementa que o território deve ser concebido como um território utilizado — um espaço construído que integra questões de identidade⁵. “A identidade é o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence” (Santos, 1999, p. 8).

Na tentativa de compreender as conexões entre espaço, lugar e território — respeitando suas especificidades —, considera-se o espaço como um plano material que antecede o território e viabiliza sua constituição. A construção do território ocorre

⁵ Identidade, sob uma perspectiva mais subjetiva, pode ser compreendida como o desejo de pertencimento do indivíduo a um grupo e do grupo a o meio do qual faz parte (Sar de Neto e Malanski, 2023).

por meio da ação do indivíduo sobre o espaço e das relações que ali estabelece, de modo que ele passa a reconhecê-lo como próprio e a projetar sobre ele, antes de tudo, manifestações de poder. Simultaneamente, o espaço também pode ser compreendido como o pano de fundo que sustenta as dimensões sociais, culturais e identitárias, permitindo, desde um âmbito mais subjetivo, a criação e a assimilação de significados vinculados à experiência do espaço vivido, à construção de memórias e ao sentido de “lugar”, marcado por topofilias⁶, vínculos afetivos e relações de pertencimento.

2.4.1 Design para os territórios

A imersão no ecossistema digital contemporâneo, caracterizado por um fluxo constante de informações sobre as transações globais conduzidas pelas grandes potências — sobretudo nas esferas política e econômica —, tem afastado do debate a compreensão do local, que, para muitas pessoas, constitui sua única realidade. Os lugares, como afirma Escobar (2010), compreendem espaços onde se desenvolvem culturas, economias e ambientes igualmente dinâmicos e significativos — e não se comportam meramente como nós em uma rede capitalista globalizada.

Essa premissa permite refletir sobre as ações de preservação dos territórios, compreendidos não apenas como configurações espaciais delimitadas pela interação entre indivíduos e o ambiente material, mas também como espaços atravessados por relações humanas e dinâmicas socioculturais que possibilitam apropriações, reconhecimentos e a constituição de identidades vinculadas a um sentido de lugar — territórios nos quais se desenvolvem práticas ancestrais, como o artesanato, que se vale de matérias-primas de origem natural, cultivadas e processadas localmente, para a produção de artefatos cuja comercialização constitui uma estratégia de geração de renda para diversas famílias.

Diante desse panorama, levantam-se questões relativas ao artesanato de tradição, próprio de determinados territórios, e ao papel do design como agente mediador para sua salvaguarda.

[...] o produto da relação enunciada entre artesão (tradicionalmente associado à ideia de localidade) e designer (tradicionalmente associado à ideia de globalidade) só pode ser entendido como a materialização do patrimônio cultural, construtora dos territórios humanizados, ou seja, dos lugares (Albino, 2017, p. 27).

⁶ Termo que se refere ao laço afetivo entre as pessoas e os lugares, incorporando a relação entre sentimentos e os aspectos do entorno material (Tuan, 2007).

É assim que diversas iniciativas e pesquisas — algumas das quais serão apresentadas a seguir — têm encontrado no design estratégias para promover o reconhecimento dos atributos e valores presentes em produtos locais, os quais, por sua vez, fortalecem o próprio território ao qual pertencem. Como define Lia Krucken (2009, p. 22), trata-se de “qualidades referentes ao território, aos recursos, ao conhecimento incorporado na sua produção e à sua importância para a comunidade produtora.”

Segundo Krucken (2009), o design pode atuar como mediador entre produção e consumo, tradição e inovação, qualidades locais e realidades globais, favorecendo a valorização desses produtos — aspecto que ela organiza em três grandes linhas de atuação: qualificação de produtos, territórios e processos de fabricação; apoio à comunicação, promovendo a aproximação entre consumidores, produtores e o território; e fortalecimento de estruturas produtivas sustentáveis.

Nesse contexto, a autora indica uma análise do potencial de recursos e produtos locais, considerando as potencialidades das matérias-primas quanto às suas características, formas de manejo e autenticidade; a viabilidade econômica e ambiental dos processos produtivos; e, por fim, a inserção do produto no mercado, levando em conta sua promoção, venda e distribuição. Embora não exista uma única receita para a elaboração de projetos de valorização desses produtos, Krucken (2009) identifica oito ações essenciais a partir da perspectiva do design: *reconhecer* as qualidades do produto e do território; *proteger* a identidade local e o patrimônio material e imaterial; *ativar* competências localizadas no território; *apoiar* a produção local; *desenvolver* novos produtos e serviços alinhados à vocação territorial; *promover* sistemas sustentáveis de produção e consumo; *consolidar* redes locais; e, por fim, *comunicar* o produto e o território.

Sobre esta última ação de comunicar, cabe destacar que, em muitos casos, a dimensão cultural — que carrega conhecimentos sobre “modos de fazer” como parte de um legado de tradição, e que é intrínseca às peças artesanais — não é exposta de maneira explícita nos produtos, o que pode representar uma barreira de compreensão para uma conexão mais profunda com o consumidor. “Informar sobre o ‘modo de fazer tradicional’, por exemplo, é importante para a recuperação e a perpetuação da tradição e da história dos produtos, distinguindo e exaltando as comunidades que os produzem e as regiões de origem” (Krucken, 2009, p. 101).

Outro exemplo da atuação do design junto às comunidades artesanais na valorização da cultura local é o laboratório *O Imaginário*, da Universidade Federal de Pernambuco. Desde 2001, a iniciativa tem apoiado numerosos artesãos em comunidades do Nordeste brasileiro. Com uma abordagem multidisciplinar, busca contribuir para o fortalecimento do trabalho artesanal por meio de assistência tecnológica, divulgação e comercialização dos produtos, além de promover uma gestão autônoma voltada à realização de projetos coletivos (Cavalcanti; Andrade; Silva, 2013).

A metodologia de atuação de *O Imaginário* no ambiente artesanal inclui cinco eixos norteadores, nos quais são atendidas diretrizes como sustentabilidade, qualidade e a relação com parceiros envolvidos. Esses eixos são: *Gestão*, voltada à articulação e ao fortalecimento de grupos; *Design*, centrado na valorização do saber popular e no uso de materiais locais, com a participação ativa dos artesãos; *Comunicação*, com o objetivo de sensibilizar o público sobre o valor do artesanato e os direitos de seus criadores; *Mercado*, que orienta a produção para segmentos específicos; e *Produção*, focada na otimização de processos, respeitando os modos e ritmos de vida das comunidades.

De maneira similar, Claudia Albino (2017), a partir de sua pesquisa e da análise de 35 projetos portugueses que articulam saberes de designers e artesãos — aprofundando-se posteriormente em sete deles —, demonstra como o artesanato local contribui para a ressignificação dos territórios contemporâneos por meio do design. A autora afirma "que a valorização da sustentabilidade dos lugares e das suas identidades pelo design pode ser alcançada recorrendo a tecnologias artesanais locais, ainda estruturadoras do tecido produtivo europeu e português, e passíveis de serem sedutoras para nichos de mercado à escala global" (Albino, 2017, p. 278).

Sua investigação também revelou estratégias recorrentes, especialmente nos momentos de cocriação e coprodução, marcados por dinâmicas culturais e econômicas que exigiam planejamento nas áreas de comunicação, distribuição e comercialização de novos produtos e serviços. De acordo com Albino (2017) os projetos com maior potencial de êxito foram aqueles que souberam identificar oportunidades com base no conhecimento do público-alvo, dos territórios e dos atores envolvidos. Para ela, compreender profundamente os lugares onde essas iniciativas se desenvolvem e fomentar redes de colaboração entre os participantes são condições essenciais para a valorização efetiva do território.

Assim, Albino (2017) propõe um modelo para o desenvolvimento de projetos voltados à ressignificação de territórios urbano-rurais, conduzidos por atores capazes de promover práticas autônomas a partir da identificação de oportunidades em nichos de mercado específicos, o que constitui o ponto de partida do modelo. Nele, o design opera de forma sistêmica, elaborando planos de ação com base na compreensão de contextos definidos e articulando variáveis como atores e parcerias, estratégias, recursos materiais e imateriais, criação e produção de produtos e serviços, bem como sua distribuição.

Por fim, o trabalho de Rafaela Nunes (2023) apresenta uma análise sobre o artesanato mineiro e os aspectos identitários ligados ao território, destacando a forte conexão com os recursos naturais e com a produção de materiais locais, que determinam tipologias de matérias-primas características da região. A autora também evidencia os vínculos com a cultura sertaneja, refletidos nas funções práticas e simbólicas dos artefatos desenvolvidos.

Nesse mesmo estudo, com foco específico nas técnicas artesanais tradicionais da cidade de Araguari, Nunes propõe um instrumento voltado ao registro e à sistematização da produção local. A partir desse recurso, são elaboradas fichas que reúnem informações como as matérias-primas e ferramentas utilizadas, os níveis de dificuldade e de especialização requeridos, a velocidade de produção, a complexidade das formas e suas dimensões, além de fotografias dos produtos habitualmente confeccionados e um breve histórico da técnica. Esses elementos reforçam a importância do artesanato na construção da identidade cultural do território, permitindo uma compreensão mais ampla de seus aspectos técnicos, culturais e simbólicos.

Até aqui, buscou-se retratar o vínculo histórico entre o design e o artesanato, destacando como essa relação assumiu diferentes matizes ao longo do tempo — inicialmente marcada por fronteiras quase inexistentes entre essas práticas, que, após a Revolução Industrial, tornaram-se mais nítidas com a separação entre concepção e produção. Também se abordou a forma como essa relação se desloca para as realidades da modernidade — fortemente caracterizada pela cultura do consumo de massa — e da contemporaneidade, em que movimentos de contestação social e cultural favoreceram o resgate do interesse pela individualidade, abrindo espaço para contextos mais híbridos e em constante transformação.

Em seguida, abordou-se a definição do artesanato, com especial atenção à realidade latino-americana e à maneira como essa prática se entrelaça às

manifestações identitárias de comunidades de tradição artesanal. Destacou-se, ainda, como os saberes relacionados às técnicas artesanais podem configurar-se como patrimônio cultural, o que motiva movimentos e iniciativas voltadas à sua preservação.

Para finalizar esta primeira parte da fundamentação teórica, apresentou-se um panorama conceitual sobre o território, delineando suas semelhanças e distinções em relação aos conceitos de espaço e lugar. Com base na geografia, buscou-se estabelecer um ponto de partida que permitisse avançar para as ações e proposições desenvolvidas sob a perspectiva do design, voltadas à valorização do local por meio do estudo e da aproximação aos ofícios artesanais próprios dos territórios em questão. Com isso, esta etapa teve como objetivo estabelecer os fundamentos que sustentam o “*o quê*” da proposta de pesquisa. A partir deste ponto, serão delineados os aportes teóricos que permitirão responder ao “*como*” relacionado ao desenvolvimento do projeto.

2.5 Design em contextos digitais

As mudanças tecnológicas que vêm ocorrendo desde o início do último século têm impactado as sociedades contemporâneas nas mais diversas áreas, tornando-se parte das rotinas diárias da humanidade. Segundo Castells (2003), essa nova estrutura social, sustentada principalmente pelas redes, tem sido o resultado de movimentações no nível econômico, com demandas como as de maior flexibilidade burocrática e abertura global, tanto na produção quanto no comércio; de demandas sociais por liberdade individual e de comunicação aberta que, junto aos importantes avanços em termos de computação e telecomunicações, nos colocam diante de cenários que desafiam o status quo. As tecnologias fazem parte de quase todas as atividades práticas do nosso dia a dia e “parecem caminhar para uma forma de onipresença, misturando-se de maneira radical e quase imperceptível ao nosso ambiente cultural” (Lemos, 2007, p. 63).

Em termos comerciais, diversos setores econômicos têm abraçado modelos de negócios que aproveitam a tecnologia, especialmente as plataformas digitais, para conectar diferentes tipos de usuários e organizações com o objetivo de transacionar produtos e serviços por meio de ambientes interativos que podem enriquecer as experiências de consumo. A escalada das plataformas digitais é entendida como um motor de crescimento econômico e de inovação, uma vez que permite aos interessados negociar bens e serviços com maior liberdade. Ao mesmo tempo,

viabiliza a troca de informações online, escapando de intermediários, sejam eles públicos ou privados (Dijck; Poell; De Waal, 2018).

É importante destacar a fluidez com que as plataformas operam, uma vez que as partes envolvidas podem assumir diferentes papéis em diferentes momentos da transação, criando recursos de valor para todos os participantes, o que é ressaltado por Parker, Van Alstyne e Choudary (2016):

No mundo das plataformas, diferentes tipos de usuários — alguns deles produtores, outros consumidores e alguns que podem desempenhar ambos papéis em vários momentos — conectam-se e conduzem interações uns com os outros, usando os recursos fornecidos pela plataforma. No processo, eles trocam, consomem e, às vezes, cocriam algo de valor. Em vez de fluir em linha reta dos produtores para os consumidores, o valor pode ser criado, alterado, trocado e consumido de várias maneiras e lugares, tudo possível pelas conexões que a plataforma facilita (p. 27-28, tradução nossa).

Vale ressaltar que, nas últimas décadas, a expansão das plataformas digitais tem ampliado seu foco, passando do aspecto meramente econômico para o social. Nesse contexto, ocorrem dinâmicas de monetização a partir do processamento de dados dos usuários, impactando também a privacidade, em uma sociedade cada vez mais sustentada pela internet, chegando assim a ser considerada por alguns autores como a sociedade da plataforma (Dijck; Poell; De Waal, 2018).

Essa expressão refere-se a uma sociedade que fundamenta suas interações, tanto sociais quanto econômicas, em um ecossistema de plataformas online de abrangência global, que utiliza os dados coletados das próprias interações para alimentar algoritmos que inundam o usuário com publicidade, visando impulsionar seu consumo.

Paralelamente à realidade comercial apoiada na propagação das plataformas digitais, ocorre a geração de sistemas de informação que, graças à diminuição dos custos tecnológicos e às possibilidades de tratamento de dados e informações em suportes digitais, disponibilizam conteúdos em diversos formatos, aproveitando os ambientes digitais para sua ampla disseminação (Oliveira; Jorente, 2019).

O espaço virtual, também conhecido como ciberespaço, além de ser a estrutura que sustenta os meios de comunicação digital, é considerado uma vasta rede pela qual transita o universo das informações, aprimorando interações entre entidades materiais, naturais e artificiais, bem como entre ideias e representações. Cada vez mais, encontram-se dificuldades em separar o humano de seu ambiente material e,

ainda menos, sua parte artificial do mundo das ideias e dos imaginários que dão origem às coisas, assim como das pessoas que as criam, produzem e utilizam (Lévy, 1999). Isso reforça uma verdadeira cultura da virtualidade que gira em torno de um universo audiovisual e de recursos hipermidiáticos⁷ cada vez mais interativos, capazes de integrar a heterogeneidade do mundo em um hipertexto⁸ eletrônico (Castells, 2012).

Sob uma perspectiva mais conceitual, a hipermídia, como tecnologia, abrange tanto recursos de hipertexto quanto de multimídia, permitindo ao usuário navegar por várias partes de um aplicativo na ordem desejada. Essa liberdade de navegação possibilita a construção de um raciocínio não linear e complexo.

O leitor em hipermídia é um leitor ativo, que está a todo momento estabelecendo relações próprias entre diversos caminhos. Como um labirinto a ser visitado, a hipermídia nos promete surpresas, percursos desconhecidos. Todo bom aplicativo em hipermídia oferece uma série de informações correlacionadas ao tema central, ampliando o potencial do conteúdo de leitura (Leão, 2001, p.16-17).

Como é sabido, o desenvolvimento das tecnologias digitais e de visualização tem aberto cada vez mais espaço para uma linguagem imagética que complementa o domínio tradicionalmente textual. Nesse cenário, impulsionado pelas técnicas digitais, o campo do design, especialmente o design de informação, assume cada vez mais relevância (Bonsiepe, 2011).

O autor Jacobson (1999), nos primórdios do design da informação, entendia esse campo como uma ciência voltada à organização de informações, com o objetivo de proporcionar maior clareza, facilitar sua interpretação e promover o uso eficiente por parte dos interessados. Assim, para atender às necessidades informacionais do usuário, o design da informação deve envolver atividades de análise, contraste, planejamento e apresentação de mensagens, levando em consideração fatores de estilo e linguagem, independentemente da plataforma escolhida para a transmissão dessas mensagens (Pettersson, 2002). Da mesma forma, para assegurar a eficácia

⁷A hipermídia, em geral, é definida como um sistema interativo composto por diversos tipos de mídia, ou de multimídia (imagem, vídeo, som, texto, entre outros), e apresentada de maneira conectada em um determinado objeto, seja ele um dispositivo móvel, um website ou um terminal de autoatendimento (Passos; Moura, 2007).

⁸Hipertexto é um documento digital composto por diferentes blocos de informação interligados através de "elos" associativos, os chamados links (Leão, 2001).

de uma mensagem, é essencial contemplar o conteúdo informacional e variáveis como o tempo disponível para que os receptores interajam com a informação. Portanto, é primordial ter o público-alvo sempre em mente ao definir os objetivos da mensagem, as informações iniciais na elaboração do briefing e o uso adequado de palavras, imagens e recursos gráficos (Pettersson, 2010).

Em vista disso, as estruturas hipertextuais e de multimídia devem ser concebidas levando em conta as condições próprias dos processos interativos. O usuário precisa lidar com essas interações de maneira adequada para alcançar seus objetivos ao utilizar um sistema hipermediático. Como afirma Lucia Santaella (2007), “quanto mais profunda a interatividade, mais intensa será a experiência de imersão do leitor, que se manifesta na sua concentração, atenção, compreensão da informação e na interação instantânea e contínua com a volatilidade dos estímulos” (p. 52).

O campo no qual se estrutura a interação entre o usuário, a ferramenta — seja ela um objeto ou um signo — e o objetivo procurado é o que conhecemos como interface, que historicamente tem sido um dos interesses centrais do design. “A interface revela o caráter de ferramenta dos objetos e o conteúdo comunicativo das informações. A interface transforma objetos em produtos. A interface transforma sinais em informação interpretável” (Bonsiepe, 1997, p. 12).

O certo é que nossa realidade passou a ser concebida como uma grande malha, um complexo de redes interligadas que precisam de interfaces para operar e permitir o fluxo desejado. Cada ponto de interconexão entre as partes é um ponto de interface, que, seja físico ou lógico, precisa ser projetado para o correto funcionamento do sistema em sua totalidade (Cardoso, 2012).

Nesse contexto, devido às possibilidades que a hipermídia permite na estruturação de sua linguagem, podem surgir sobrecargas cognitivo-informacionais para o usuário. Isso torna necessário um desenvolvimento adequado das interfaces e de seu conteúdo, visando facilitar o acesso às informações e ajudar na sua compreensão (Passos; Moura, 2007; Bonsiepe, 2011).

É dessa forma que se aborda, aqui, o conceito de Experiência do Usuário, também chamada de UX (*User Experience*), que, como o próprio nome sugere, faz referência à experiência que o produto proporciona às pessoas que o utilizam. Essa experiência revela como são construídas as relações dos usuários com os artefatos, sejam eles físicos ou digitais. Segundo Fabiane Fernandes:

Essa área da Ciência se foca em entender e mensurar essa experiência desde as expectativas que o usuário cria, ou seja, suas primeiras impressões do artefato, no primeiro momento, passando pela qualidade de uso (Usabilidade), finalizando com as impressões finais que o usuário retém após o uso (2015, p. 85).

A usabilidade é fundamental para a constituição de uma experiência de usuário bem-sucedida e está particularmente relacionada ao momento de uso do produto, nas interações funcionais entre as pessoas e os artefatos, considerando os sistemas que são utilizados. “O conceito é relativamente simples: se algo é capaz de cumprir sua função pretendida (se é ‘utilizável’), então ele apresenta ‘usabilidade’” (Erlhoff; Marshall, 2008, p. 425, tradução nossa).

Para mensurar a usabilidade, podem ser empregados índices de eficiência, eficácia e satisfação no momento de uso (Fernandes, 2015). Para a autora, a eficácia está relacionada à conclusão das etapas da tarefa a ser realizada pelo usuário com o artefato. A eficiência, por sua vez, foca na conclusão do objetivo, considerando fatores como tempo ou grau de dificuldade. Por fim, a satisfação de uso verifica o quanto o usuário acredita que o produto tem condições de atendê-lo com qualidade durante a atividade.

Em síntese, a experiência de usuário considera tanto as relações construídas entre usuário e produto quanto as emoções que a própria experiência pode suscitar; ou seja, o usuário pode acabar amando ou odiando o artefato. Entretanto, o grau de usabilidade gera uma classificação para o artefato em si, determinando, ao final, se ele será considerado de qualidade ou não (Fernandes, 2015).

No campo das interações digitais, diversas ferramentas têm sido empregadas por organizações — como empresas, coletivos e entidades públicas ou privadas — para oferecer canais online de contato com consumidores e usuários. Entre as mais comuns estão os websites institucionais, usados para transmitir conteúdo e fortalecer o relacionamento com o público. Esses sites funcionam como vitrines digitais, reunindo páginas que apresentam a organização, seus serviços, formas de contato, conteúdos e, em alguns casos, uma loja online (e-commerce), mais voltada às vendas, ou ainda uma *landing page*. Esta última é uma página única, construída com um objetivo específico, centrado no compromisso do visitante — como realizar um cadastro, baixar um aplicativo ou concluir uma compra. Também é conhecida como página de aterrissagem, conversão, captura ou destino, e costuma ser projetada para conduzir o usuário a uma ação direta e específica (SEBRAE, 2022a).

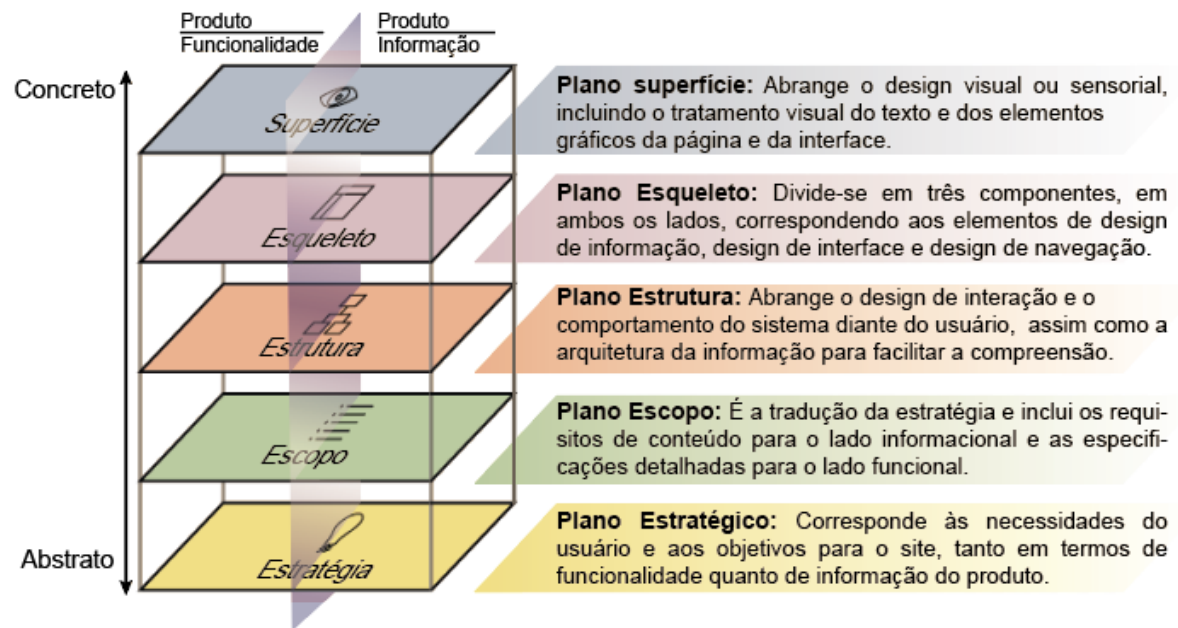
Os aplicativos, por sua vez, são softwares instalados em dispositivos móveis e permitem oferecer serviços, vender produtos ou entregar conteúdos de forma prática, personalizada e rápida. Eles podem incluir planos de assinatura, atendimento direto, anúncios e recursos específicos voltados ao perfil do usuário, entre outras funcionalidades (SEBRAE, 2022b).

É importante ressaltar que, na prática, seja por meio de um site, aplicativo, ambiente informacional ou qualquer outro tipo de ferramenta digital, na maioria deles, o usuário enfrenta sozinho o aprendizado da interação com o próprio sistema. Trata-se de um produto de autoatendimento que dificilmente traz instruções prévias para seu uso. Portanto, é essencial considerar o processo de design da experiência para assegurar que nenhum aspecto dessa experiência ocorra por acaso ou sem a intenção consciente do próprio usuário (Garrett, 2011).

Atualmente, existem diversos métodos que permitem uma aproximação às experiências de usuário em produtos digitais, com práticas que incluem o desenvolvimento de MVP (produto mínimo viável) e testes rápidos com usuários para garantir uma eficiência mínima antes de qualquer tipo de lançamento. Garrett (2011), apesar de não propor diretamente um método de desenvolvimento para a experiência do usuário, destaca um modelo de cinco níveis que permite subdividir o trabalho de tomada de decisões em relação aos componentes de um site (no caso citado pelo autor), considerando como eles serão apresentados e como se comportam durante o uso.

Essas cinco subdivisões são o plano estratégico, o plano de escopo, o plano de estrutura, o plano esquelético e o plano superficial, organizados de forma interligada e de baixo para cima. O objetivo é resolver questões que partem de um cenário mais abstrato — o plano estratégico — que reúne as necessidades do usuário e os objetivos do site, até uma fase mais concreta — o plano superficial — que envolve os detalhes finais da aparência do produto e integra tanto os elementos de um sistema hipertextual que facilitam a compreensão da informação, quanto os componentes de navegação e interface, que permitem a execução satisfatória das tarefas. A figura 2 apresenta o modelo de cinco planos sugerido por Garrett (2011), com uma breve definição de cada um deles.

Figura 2 - Modelo dos elementos da experiência de usuário



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Garrett (2011).

Como em qualquer projeto em que o design está presente, é imprescindível realizar testes com usuários para identificar possíveis problemas na experiência de uso, ajustando-a com base nos feedbacks recebidos (Norman, 2006). Produtos de caráter digital não são exceção; os elementos que permitem a interação com o conteúdo informacional devem passar por validações de usabilidade, interação, acessibilidade, entre outros, para identificar possíveis falhas e implementar melhorias que promovam a experiência mais satisfatória possível para a consecução dos objetivos dos usuários. Embora Garrett (2011) não sugira explicitamente essa abordagem em seu modelo, ele ressalta a inter-relação entre os planos e enfatiza que, ao identificar um erro, é essencial considerar todas as conexões relevantes para preservar uma visão integrada da experiência.

Levando em consideração o cenário tecnológico apresentado até aqui e as mudanças digitais que desafiam a produção artesanal de tradição, sua continuidade e, principalmente, a preservação de seu patrimônio, esta tese tem a intenção de empregar o design para integrar esses dois mundos, de modo que os saberes artesanais sejam mais valorizados e que o fluxo digital seja aproveitado como um caminho para a ampliação da visibilidade e da divulgação. Dessa forma, é realizada a seguinte Revisão Sistemática da Literatura (RSL) como ponto de partida para investigar o estado das pesquisas sobre o artesanato de tradição — considerado

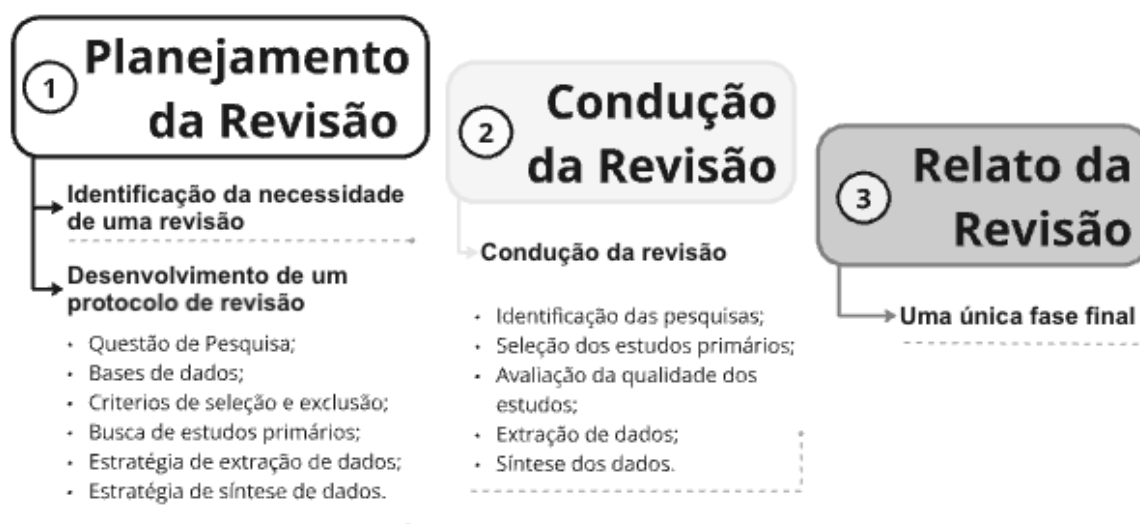
patrimônio cultural, tanto material quanto imaterial —, bem como o papel dos ambientes digitais em sua conservação.

2.5.1 Revisão sistemática de literatura (RSL)

A partir do mapeamento e da análise de estudos científicos, buscou-se identificar as estratégias de uso das plataformas digitais como ferramentas de comunicação e promoção, suas finalidades declaradas e as correlações estabelecidas com os processos de preservação do patrimônio cultural. Nesse sentido, como afirma Barbara Kitchenham (2004), “uma revisão sistemática da literatura é um meio de identificar, avaliar e interpretar toda a pesquisa disponível relevante para uma pergunta de pesquisa específica, uma área temática ou um fenômeno de interesse” (p. iv, tradução nossa).

Para a realização da revisão sistemática da literatura, a autora propõe três etapas principais: planejamento da revisão, condução da revisão e relato da revisão, cada uma acompanhada por diversas atividades a serem executadas, como se pode observar na figura 3.

Figura 3 - Etapas principais da revisão sistemática da literatura (RSL)



Fonte: Elaborado pelo autor a partir do mencionado por Kitchenham (2004)

2.5.1.1 Planejamento da pesquisa

Nesta etapa inicial, adotou-se uma abordagem exploratória com o objetivo de aprofundar a compreensão da problemática da pesquisa (Gil, 2002). Essa escolha

possibilitou o aprimoramento de diversas variáveis associadas aos estudos sobre o patrimônio cultural, especialmente no que se refere ao artesanato de tradição e à sua promoção por meio de recursos digitais. Além disso, a realização da revisão segue a recomendação de Kitchenham (2004), que destaca a importância das revisões sistemáticas em teses de doutorado, considerando-as essenciais para identificar a base de conhecimento existente, estabelecer um ponto de partida e evidenciar onde a pesquisa proposta se insere no corpo atual do conhecimento.

No desenvolvimento do protocolo, a construção da pergunta de pesquisa foi estruturada com base nas diretrizes que a própria Kitchenham (2004) sugere após sua análise comparativa com as pesquisas da área da saúde. Tais pontos de vista são: a População, a Intervenção e os Resultados. A partir dessa premissa e da definição desses componentes, adotou-se a seguinte questão de pesquisa: “Como o artesanato de tradição⁹ (população) transmite o imaginário de seus produtos com o auxílio de plataformas digitais (intervenção), contribuindo para a conservação de seu patrimônio cultural? (resultados)”.

A partir dos elementos constitutivos da questão de pesquisa, foram definidos os descritores, com o objetivo de formular posteriormente os *strings* de busca. Assim, foram estabelecidos três conceitos principais: patrimônio cultural, artesanato de tradição e plataformas digitais. Esses conceitos foram cotejados por meio de ferramentas de referência, como o tesouro da biblioteca da UNESP e o do ERIC (*Education Resources Information Center*), para realizar uma busca mais assertiva. O quadro 3 apresenta os conceitos e o vocabulário empregado.

⁹ Embora a metodologia de Kitchenham (2004) costuma focar grupos específicos, esta revisão adota uma abordagem ampliada do artesanato tradicional, incluindo artesãos, entidades colaboradoras, ONGs e órgãos públicos. A promoção do artesanato e seu patrimônio envolve múltiplos atores, articulados por meio de programas e políticas públicas.

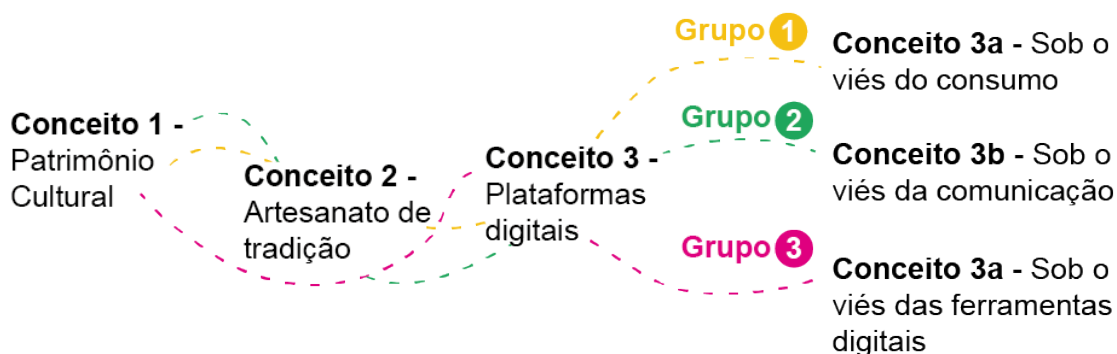
Quadro 3 - Descritores e variações de busca.

Conceito 1	Patrimônio Cultural		<i>"Cultural Heritage" – "Intangible cultural heritage" – "Tangible cultural heritage"</i>
Conceito 2	Artesanato de tradição		<i>"Crafts" – "handicraft" – "traditional handicraft" – "craftsmanship" – "handicraft production techniques" – "art and craft"</i>
Conceito 3	Plataformas digitais disponibilizadas online	Sob o viés do consumo	<i>"E-commerce" – "ecommerce" – "e commerce" – "online marketplace" – "marketplace" – "on line marketplace" – "cybershop" – "cyberstores"</i>
		Sob o viés da comunicação/divulgação	<i>"social media" – "digital distribution" – "interactive multimedia" – "social network" – "digital media" – "digital marketing"</i>
		Sob o viés das ferramentas digitais	<i>"websites" – "web service" – "digital environments" – "digital platform" – "online platform" – "mobile – app" – "app" – "appstore" – "applications" – "Software" – "programs" – "application program" – "application software" – "applications software" – Interaction design"</i>

Fonte: Elaborado pelo autor

Na sequência, a partir dos conceitos principais, foram propostos três grupos de revisão, como mostrado na figura 4. O conceito referente às plataformas digitais foi desdobrado para incluir variações que podem corresponder a esse elemento.

Figura 4 - Grupos de revisão



Fonte: Elaborado pelo autor

O primeiro grupo (trajetória indicada em amarelo) relaciona os conceitos de patrimônio cultural, artesanato de tradição e plataformas digitais, considerando o viés do consumo, com ênfase em plataformas comerciais e de venda. O segundo grupo (trajetória indicada em verde) associa os conceitos de patrimônio cultural, artesanato de tradição e plataformas digitais, compreendendo seu uso no processo de divulgação propriamente dito. Por fim, o terceiro grupo (trajetória indicada em magenta) conecta os termos patrimônio cultural, artesanato de tradição e plataformas digitais, contemplando o campo das ferramentas digitais projetadas, como *softwares*, *websites* ou aplicativos desenvolvidos para dispositivos móveis, desde que tenham sido criados para serem disponibilizados online.

Para a obtenção da literatura relevante e pertinente ao projeto de pesquisa, buscou-se diversificar as fontes de busca, optando por bases de dados conhecidas por oferecer pesquisas científicas de relevância. Essas bases foram: *Scopus*, *Science Direct* e *Web of Science*. Assim, foram desenvolvidos os *strings* de busca para os três grupos. O quadro 4 apresenta os *strings* empregados na base de dados *Scopus*, os quais foram adaptados às especificidades das demais bases de dados, incluindo limitações de caracteres.

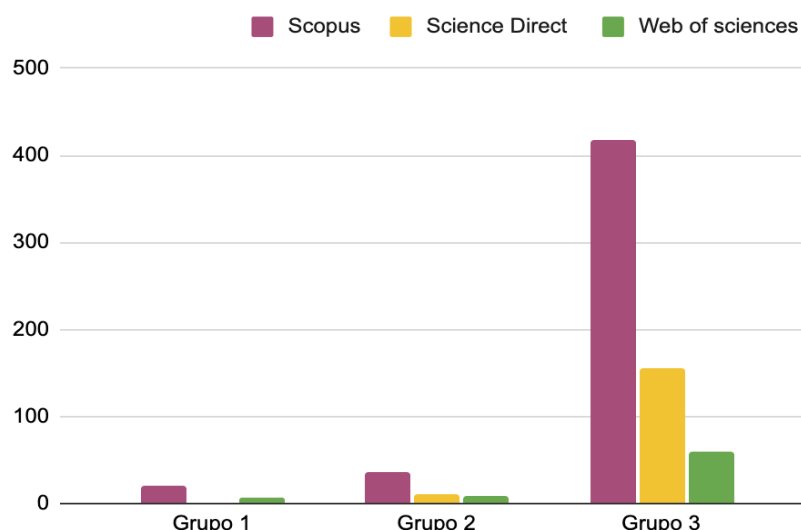
Quadro 4 - Strings de Busca utilizados na base de dados Scopus.

Grupo 1	(TITLE-ABS-KEY ("Cultural Heritage" OR "Intangible cultural heritage" OR "Tangible cultural heritage") AND TITLE-ABS-KEY ("Crafts" OR "handicraft" OR "traditional handicraft" OR "handicraft production techniques" OR "craftsmanship" OR "art and craft") AND TITLE-ABS-KEY ("E-commerce" OR "ecommerce" OR "e commerce" OR "online marketplace" OR "marketplace" OR "on line marketplace" OR "cybershop" OR "cyberstores"))
Grupo 2	(TITLE-ABS-KEY ("Cultural Heritage" OR "Intangible cultural heritage" OR "Tangible cultural heritage") AND TITLE-ABS-KEY ("Crafts" OR "handicraft" OR "traditional handicraft" OR "handicraft production techniques" OR "craftsmanship" OR "art and craft") AND TITLE-ABS-KEY ("social media" OR "digital distribution" OR "interactive multimedia" OR "social network" OR "digital media" OR "digital marketing"))
Grupo 3	(TITLE-ABS-KEY ("Cultural Heritage" OR "Intangible cultural heritage" OR "Tangible cultural heritage") AND TITLE-ABS-KEY ("Crafts" OR "handicraft" OR "traditional handicraft" OR "handicraft production techniques" OR "craftsmanship" OR "art and craft") AND TITLE-ABS-KEY ("websites" OR "web service" OR "web services" OR "digital environments" OR "digital platform" OR "online platform" OR "mobile – app" OR "app" OR "appstore" OR "applications" OR "Software" OR "programs" OR "application program" OR "application software" OR "applications software" OR "Interaction design"))

Fonte: Elaborado pelo autor

Dessa maneira, a busca preliminar foi realizada em etapas a partir dos grupos pré-estabelecidos, resultando em 717 resultados primários (figura 5) nas bases de dados consultadas. O Grupo 1 obteve com 20 artigos no *Scopus*, 1 na *Science Direct* e 6 na *Web of Science*. O Grupo 2 apresentou 37 estudos no *Scopus*, 11 na *Science Direct* e 9 na *Web of Science*. Por fim, o Grupo 3 totalizou 418 trabalhos no *Scopus*, 155 na *Science Direct* e 60 na *Web of Science*.

Figura 5 - Resultados primários organizados por grupos e bases de dados.



Fonte: Elaborado pelo autor

Em seguida, foram definidos os critérios de inclusão e exclusão das publicações consideradas. O primeiro filtro correspondeu ao recorte temporal, adotando-se o intervalo dos últimos dez anos (entre 2013 e 2023). Também foram delimitadas as áreas de conhecimento, com prioridade para aquelas relacionadas a Design, Engenharia, Ciências Sociais, Ciências da Computação, Artes e Humanidades, Negócios e Gestão, Turismo e Território. Além disso, a pesquisa foi restrita a artigos publicados em inglês, português ou espanhol, conforme o domínio linguístico do pesquisador.

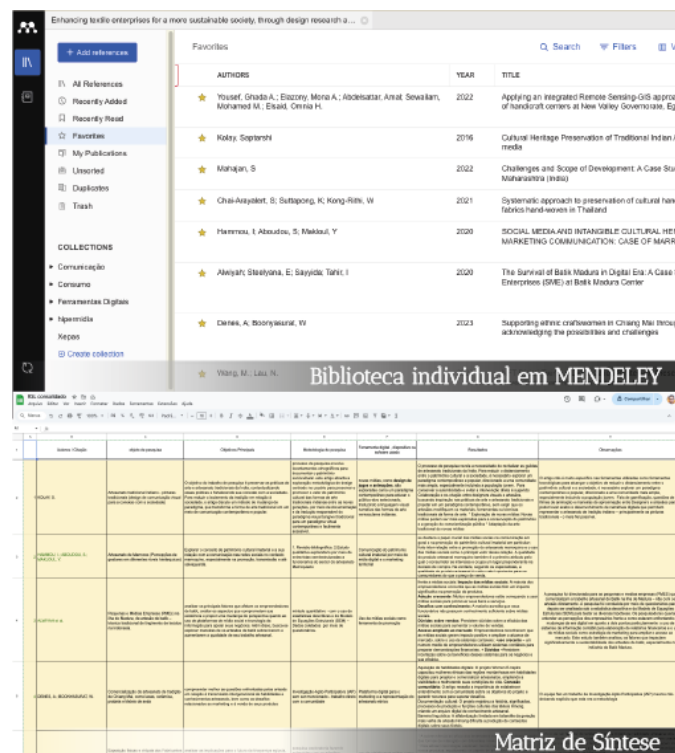
A busca foi realizada com base nos tópicos título, resumo e palavras-chave em periódicos indexados e revisados por pares, tanto de acesso aberto quanto restrito. Neste ponto, foram desconsideradas as publicações que abordavam arquitetura, arqueologia, gastronomia, museus ou espaços museológicos, uma vez que esses cenários de conservação do patrimônio, embora igualmente valiosos, fugiam do escopo de interesse da pesquisa.

Por fim, foram omitidos estudos em que o software mencionado fosse utilizado para análise de dados, como o Atlas TI, ou aqueles focados em tecnologias de interface avançada, como Realidade Virtual (RV), Realidade Aumentada (RA), Realidade Misturada (RM) e Inteligência Artificial (IA). Isso ocorre porque essas tecnologias exigem elevados níveis de desenvolvimento, tanto nas fases de criação quanto na experiência proporcionada, e se encontram distantes da população à qual a pesquisa se destina. Por exemplo, para ter uma experiência imersiva em ambientes

virtuais criados artificialmente, são necessários dispositivos (*hardware*) de entrada e saída, como rastreadores, capacetes – ou *Head-Mounted Displays* (HMDs) –, navegadores 3D, luvas eletrônicas, entre outros (Costa; Kayatt; Bogoni, 2020).

Para a extração dos dados e sua posterior síntese, foi criada uma biblioteca individual dos estudos encontrados, com o auxílio do software Mendeley para organização e facilidade de acesso. Da mesma forma, foi elaborada uma matriz de categorização dos resultados para auxiliar na análise dos artigos, após a aplicação dos critérios de seleção por grupos, como se pode observar na figura 6.

Figura 6 - Biblioteca individual e Matriz de Síntese



The image shows a screenshot of the Mendeley Desktop application. The top window, titled 'Biblioteca individual em MENDELEY', displays a list of references with columns for Authors, Year, and Title. Below this, a second window titled 'Matriz de Síntese' shows a table with 10 columns: Autoria/Citação, Local de procedência e ano de publicação, Temática, Objeto de estudo, Objetivo(s) do estudo, Metodologia empregada, Tipo de tecnologia digital utilizada (dispositivo ou software), Atores envolvidos na solução, Resultados obtidos, and Observações. The table contains several rows of data, with the first row highlighted in yellow.

Autoria/Citação	Local de procedência e ano de publicação	Temática	Objeto de estudo	Objetivo(s) do estudo	Metodologia empregada	Tipo de tecnologia digital utilizada (dispositivo ou software)	Atores envolvidos na solução	Resultados obtidos	Observações
Youssef, Ghada A.; Elazouy, Mona A.; Abdelaziz, Amal; Sewailam, Mohamed M.; Elsaid, Omnia H.	2022	Aplicando um integrado Remote Sensing-GIS approach of handicraft centers at New Valley Governorate, Egy							
Kokoy, Saptarshi	2016	Cultural Heritage Preservation of Traditional Indian Ar media							
Mahajan, S	2022	Challenges and Scope of Development: A Case Study: Maharashtra (India)							
Chai-Aueyakul, S.; Suttipong, K.; Kong-Ritthi, W	2021	Systematic approach to preservation of cultural handi-crafts hand-ware in Thailand							
Hammou, I.; Abouzeid, S.; Mekouli, Y	2020	SOCIAL MEDIA AND INTANGIBLE CULTURAL HERIT MARKETING COMMUNICATION: CASE OF MARRA							
Alkhatib, Shadya, E.; Sayyid, Taher, I	2020	The Survival of Batik Motifs in Digital Era: A Case Study Enterprises (SME) at Batik Motifs Center							
Daniel, A.; Bodiyasaari, W	2023	Supporting ethnic craftswomen in Chiang Mai through acknowledging the possibilities and challenges							

Fonte: Elaborado pelo autor

A matriz contou com dez colunas que abordaram os seguintes tópicos: identificação — considerando os dados da autoria ou citação, local de procedência e ano de publicação; temática — identificando principalmente a área de estudo a que pertence; objeto de estudo — visando categorizar o tipo de artesanato e o território ao qual pertence; objetivo(s) do estudo; metodologia empregada; tipo de tecnologia digital utilizada (dispositivo ou *software*); atores envolvidos na solução; resultados obtidos; e uma coluna adicional de observações para registrar as considerações do pesquisador.

2.5.1.2 Condução da revisão.

Nesta etapa, foram analisados 12 estudos científicos, com ênfase nos métodos, abordagens e ferramentas empregados, com o objetivo de identificar similaridades e tendências entre eles. Os estudos foram classificados da seguinte forma: quatro com foco na comunicação (Hammou; Aboudou; Makloul, 2020; Alwiyah *et al.*, 2020; Denes; Boonyasurat, 2023; Bowker; Rashidi, 2020), utilizando principalmente mídias sociais; quatro voltados à comercialização de produtos artesanais (Chudasri; Saksrisathaporn, 2017; Zhang *et al.*, 2023; Fois *et al.*, 2019; Mahajan, 2021), predominantemente por meio de websites e plataformas de comércio eletrônico; e quatro centrados nas ferramentas digitais propriamente ditas (Yousef *et al.*, 2022; Martins *et al.*, 2020; Chai-Arayalert; Suttapong; Kong-Rithi, 2021; Wang; Lau, 2023). Estes últimos abordam desde processos detalhados de digitalização de peças artesanais para a construção de gêmeos digitais e NFTs, até o uso da georreferenciação de territórios artesanais.

Em relação às generalidades observadas na revisão, constatou-se que, dos 12 estudos analisados, a maioria pertence ao continente asiático, com 8 estudos (66,7%), em seguida, destaca-se o continente africano, com 3 estudos (25%) — sendo um oriundo de Marrocos e dois do Egito — e, finalmente, o continente europeu, representado por um único estudo (8,3%), referente a Portugal.

Quanto ao tipo de pesquisa e aos métodos utilizados, a maioria dos estudos adota uma abordagem qualitativa, com levantamentos etnográficos e observação direta em campo. Quatro estudos aplicaram entrevistas estruturadas ou semiestruturadas para a coleta de dados (Fois *et al.*, 2019; Bowker; Rashidi, 2020; Hammou; Aboudou; Makloul, 2020; Mahajan, 2021). Dois estudos (Chudasri; Saksrisathaporn, 2017; Denes; Boonyasurat, 2023) seguiram uma abordagem próxima à Investigação-Ação Participativa (IAP), ainda que sem declarar explicitamente essa metodologia, envolvendo pesquisa de campo, imersão e colaboração com a comunidade para o desenvolvimento de arquivos digitais, capacitação em habilidades digitais e criação de sites para divulgação e comercialização de produtos artesanais. Além disso, dois projetos (Yousef *et al.*, 2022; Chai-Arayalert; Suttapong; Kong-Rithi, 2021) recorreram ao estudo de caso como estratégia metodológica.

Em menor número, dois estudos (Alwiyah *et al.*, 2020; Zhang, 2023) adotaram métodos quantitativos. Eles declararam o uso de métodos de estatística descritiva e

abordagens experimentais com questionários fechados para investigar a intenção de compra de produtos resultantes de saberes reconhecidos como patrimônio cultural imaterial (ICHHP).

Adicionalmente, dois estudos (Martins *et al.*, 2020; Wang; Lau, 2023) adotaram metodologias de natureza mais prática. Um deles empregou o design thinking para aprimorar as práticas de UX e UI em uma plataforma de marketplace dedicada ao artesanato tradicional português. O outro utilizou a abordagem da pesquisa por meio do design (*Research through Design* – RtD), articulando métodos característicos das humanidades, como etnografia e observação direta, à documentação digital e as experimentações em design multimídia.

2.5.1.3 Relato final: Sínteses específicas por estudo

A análise individual dos estudos permitiu identificar elementos-chave de cada pesquisa, possibilitando a síntese dos principais achados e contribuições.

Os autores Hammou, Aboudou e Makloul (2020) realizam uma pesquisa exploratória com o objetivo de compreender a percepção de especialistas que atuam no setor artesanal na cidade de Marrakech – a mais turística de Marrocos – sobre o patrimônio cultural imaterial e o uso das mídias sociais na promoção do artesanato marroquino, bem como no marketing territorial voltado à salvaguarda desse patrimônio. Segundo os especialistas, a qualidade do produto artesanal é determinante na decisão de compra, inclusive mais relevante do que o preço. Destaca-se ainda a associação que o consumidor estabelece com o território, aspecto considerado fundamental para a divulgação e preservação da identidade cultural do país.

De forma semelhante, Alwiyah *et al.* (2020) investigam o uso das mídias sociais como ferramenta de promoção do artesanato de Batik — técnica tradicional de tingimento de tecidos na Indonésia. O estudo foi direcionado a pequenas e médias empresas (PMEs) que comercializam produtos de Batik na ilha de Madura. A pesquisa, baseada em questionários analisados estatisticamente, teve como objetivo compreender a percepção dos empresários diante dos desafios impostos pela era digital. À época do estudo, os participantes reconheciam o impacto significativo das mídias sociais na promoção de seus produtos e apontavam um uso crescente dessas plataformas, embora relatassem dificuldades relacionadas ao domínio técnico das mesmas. Também manifestaram incertezas quanto à efetividade das mídias sociais

no aumento das vendas, especialmente diante da expressiva redução no número de artesãos de Batik, fator que motivou a realização da pesquisa.

Três estudos realizados na Tailândia (Chudasri; Saksrisathaporn, 2017; Chai-Arayalert; Suttapong; Kong-Rithi, 2021; Denes; Boonyasurat, 2023), voltados à preservação das práticas artesanais tradicionais, adotam metodologias que incentivam uma participação ativa das comunidades locais. Entre seus objetivos, destacam-se a promoção de habilidades digitais entre os membros dessas comunidades, a documentação digital dos saberes artesanais — incluindo as tramas das tecelagens — para fins de salvaguarda e aproximação com as novas gerações, além da ampliação da visibilidade, da promoção e da comercialização do artesanato de tradição.

No primeiro estudo, Chudasri e Saksrisathaporn (2017) relatam uma iniciativa que envolveu a colaboração entre a academia e uma empresa artesanal, com o intuito de desenvolver uma plataforma digital que fortalecesse a sustentabilidade da produção artesanal têxtil tailandesa. A pesquisa incluiu oficinas, atividades colaborativas e discussões, além de uma pesquisa com participantes locais e estrangeiros, resultando na criação conjunta de um website. O estudo destaca a necessidade de diversificação dos produtos da tecelagem artesanal e o papel do design na inovação desses processos.

De forma semelhante, o estudo de Chai-Arayalert, Suttapong e Kong-Rithi (2021) aborda os tecidos artesanais típicos do sul da Tailândia — nas províncias de Surat Thani, Nakhon Si Thammarat, Phatthalung e Trang — e propõe uma abordagem sistemática para a digitalização, preservação e disponibilização de informações culturais associadas a essas práticas, por meio de um website. A iniciativa também ampliou a participação comunitária ao estruturar uma rede entre artesãos locais, fortalecendo a coesão social e facilitando a transmissão de saberes entre mestres e aprendizes. Entre os resultados, destacam-se a viabilização do aprendizado sem a necessidade de acesso direto às peças originais, contribuindo para sua conservação, e o estímulo à conscientização pública sobre a importância de preservar e valorizar os artefatos culturais.

Por sua vez, Denes e Boonyasurat (2023) exploraram a capacitação de mulheres artesãs das regiões montanhosas de Chiang Mai em habilidades digitais, visando registrar a história, os significados, os processos e as funções culturais dos têxteis Hmong em um arquivo digital. A pesquisa revelou que a falta de alfabetização

em tailandês entre as artesãs de maior idade dificultou a produção de conteúdo, o que evidenciou a urgência de medidas para garantir a preservação desse conhecimento.

Na mesma perspectiva, Bowker e Rashidi (2020) discutem a sobrevivência do ofício artesanal *khayamiya*, tradicional na fabricação de tendas no Cairo, Egito. Originalmente utilizado em cerimônias como casamentos e funerais ao ar livre, seu uso tem diminuído, levando os artesãos a explorarem novas possibilidades de produto com base na mesma técnica. O estudo destaca a inserção em novos mercados por meio de plataformas digitais como Etsy, Facebook e Instagram, além da participação ativa de adolescentes nos espaços comerciais, indicando uma transição geracional e a continuidade da prática artesanal frente às mudanças culturais e de consumo.

Igualmente no Egito, na província de New Valley, o estudo de Yousef *et al.* (2022) analisou centros tradicionais de artesanato — voltados à cerâmica, aos têxteis e a artefatos em folhas de palmeira — com foco em sua geolocalização e nas conexões com o patrimônio arqueológico da região. A pesquisa envolveu trabalho de campo, com entrevistas, registros fotográficos e coleta de dados geoespaciais por meio de GPS e imagens de sensoriamento remoto. As informações foram tratadas com o auxílio de tecnologias como GIS e GPS para a criação de uma base de dados, posteriormente exibida visualmente em um site, com o objetivo de apoiar estratégias de divulgação e ampliar o acesso do público a esses centros.

Por outro lado, têm aumentado as preocupações com as falsificações de produtos artesanais fabricados por máquinas, como identificado por Mahajan (2021) em seu estudo sobre os tecelões de Sari Paithani, no estado de Maharashtra, na Índia. Esse tipo de artesanato, feito em seda fina, enfrenta atualmente dificuldades para se manter, uma vez que as cópias mecanizadas apresentam alta precisão e custo significativamente mais baixo. O estudo também identificou obstáculos no contato direto entre artesãos e consumidores, já que intermediários comercializam, sem distinção, produtos originais e falsificados.

A partir de entrevistas com os artesãos, Mahajan (2021) reuniu sugestões relacionadas ao uso de plataformas de venda mais diretas, como e-commerces — embora as gerações mais jovens já utilizem mídias como o WhatsApp para se aproximar dos clientes. Ressalta-se, ainda, a importância de conscientizar o consumidor sobre a procedência dos produtos, por meio de selos de autenticidade, etiquetas de Indicação Geográfica (IG) e características técnicas, como o padrão idêntico dos saris feitos manualmente em ambos os lados — ao contrário dos

produzidos em tear mecânico. Por fim, a pesquisa destaca a urgência de diversificar os produtos com apoio técnico, infraestrutura, design e marketing, como forma de garantir a preservação do artesanato tradicional.

Martins *et al.* (2020), atentos à possível desconexão entre as práticas artesanais portuguesas — enquanto patrimônio cultural — e as tecnologias digitais voltadas à comercialização e preservação desses produtos, destacam o potencial do design de uma plataforma de e-marketplace na revitalização das indústrias tradicionais. A pesquisa, que também considerou o contexto da pandemia de COVID-19, adotou metodologias de caráter prático, focadas na resolução de demandas específicas apontadas pelos usuários e na aplicação de boas práticas de UX e UI, como wireframes, fluxos de usuários, definição de personas, protótipos e guias de estilo. Os testes de usabilidade do protótipo aprimoraram gradualmente a solução, confirmando sua eficácia e viabilidade para conectar compradores e vendedores, o que pode ser relevante para a divulgação e preservação do artesanato.

Para finalizar, são apresentados três estudos desenvolvidos na China. O primeiro, de Fois *et al.* (2019), analisa a produção e venda — também online — de gaiolas de bambu na vila de Da'ou, província de Shandong. Com base em entrevistas com fabricantes, autoridades e representantes do comércio eletrônico, o estudo aponta que, embora o e-commerce fortaleça a economia local e seja incentivado como estratégia de preservação cultural e desenvolvimento regional, artesãos mais experientes demonstram ceticismo. Isso se deve tanto à percepção de ameaça aos negócios dos agentes e varejistas — com quem os artesãos estabeleceram relações próximas e que ainda representam a maioria das vendas — quanto à sensação de desterritorialização do trabalho artesanal, já que a inserção em mercados globais pode enfraquecer vínculos com o território e a cultura local. Além disso, os autores observaram certa apatia entre os artesãos em relação ao comércio eletrônico, que requer novos conhecimentos e habilidades tecnológicas que poucos possuem ou demonstram interesse em adquirir.

Já o estudo de Zhang *et al.* (2023) realizou uma pesquisa experimental para analisar o efeito da identidade cultural na intenção de compra de peças tingidas manualmente com corantes naturais, prática reconhecida como Patrimônio Cultural Imaterial (ICH) em Beijing, China. Embora a tecnologia digital não tenha sido empregada diretamente na preservação do patrimônio — pensando na divulgação ou comercialização de produtos elaborados com técnicas artesanais tradicionais — o

estudo foi incluído na análise por oferecer uma abordagem quantitativa e experimental sobre a intenção de compra. A pesquisa baseou-se em três testes que consideraram, além da familiaridade com o ICH, a influência de diferentes estímulos, como a informação sobre o modo de produção (manual ou mecânico) e a percepção de escassez ou exclusividade associada ao artesanato patrimonial. Conduzida de forma presencial e virtual, a pesquisa apresentou resultados preliminares que indicam a escassez como fator-chave para a atratividade do ICH, enquanto a produção mecanizada é percebida como prejudicial à sua valorização.

Finalmente, Wang e Lau (2023) aprofundam-se na preservação dos ornamentos de prata exclusivos produzidos pela etnia Miao — reconhecidos como Patrimônio Cultural Imaterial Nacional da China desde 2006 — na vila de Maliao. O estudo explora novas estratégias de valorização desse artesanato por meio de recursos de digitalização e gêmeos digitais, utilizando ativos digitais únicos conhecidos como NFTs (*non-fungible tokens*). A metodologia adotada incluiu observação direta e entrevistas semiestruturadas com artesãos locais, além de um procedimento prático voltado ao desenvolvimento digital de uma peça ornamental. Nesse processo, utilizou-se a técnica de *normal mapping* para representar os detalhes da superfície do modelo, com o apoio de softwares como 3DS Max, Houdini, Substance Painter e KeyShot. O modelo 3D renderizado foi exportado em formato de vídeo como uma linguagem visual robusta para exibição e publicado na plataforma *OpenSea* — o primeiro e maior mercado digital global para colecionáveis criptográficos e NFTs, onde obras digitais podem ser compradas, vendidas e leiloadas.

O estudo chama a atenção para desafios importantes, como a crescente produção industrial, que tem reduzido a demanda de mercado pelos artesãos tradicionais de prata Miao, e a migração de jovens para grandes cidades em busca de melhores oportunidades de renda. Diante desse cenário, os autores propõem uma iniciativa que contribui para a valorização e continuidade do patrimônio cultural, ao passo que a digitalização permite preservar padrões, estilos e técnicas autênticas do artesanato Miao, adaptando-o às exigências da era digital. Além disso, sugere-se que essa estratégia pode gerar impacto econômico positivo para os artesãos da comunidade, promovendo sustentabilidade cultural e viabilizando a transmissão de valores às novas gerações (Wang; Lau, 2023).

Até aqui, buscou-se ressaltar, de forma resumida, as principais particularidades dos estudos analisados, com ênfase nas motivações que levaram os autores a desenvolverem suas investigações. Embora a maioria dos trabalhos concorde quanto à urgência de ações voltadas à conservação do patrimônio cultural relacionado às práticas artesanais de tradição, observa-se uma notória preocupação com o baixo engajamento das gerações mais jovens. Entre os motivos apontados para esse desinteresse, destaca-se a baixa rentabilidade do ofício, que tem levado os mais novos a optarem por outros caminhos.

Além disso, percebe-se, entre artesãos mais experientes, certa resistência diante daquilo que consideram tensões ou descompassos entre as práticas artesanais de tradição e as dinâmicas cada vez mais aceleradas da era globalizada e digital, o que se soma às dificuldades enfrentadas para competir com produtos industriais que imitam peças artesanais, desprovidos de carga cultural própria, mas que se beneficiam do patrimônio construído por múltiplas comunidades ao longo do tempo.

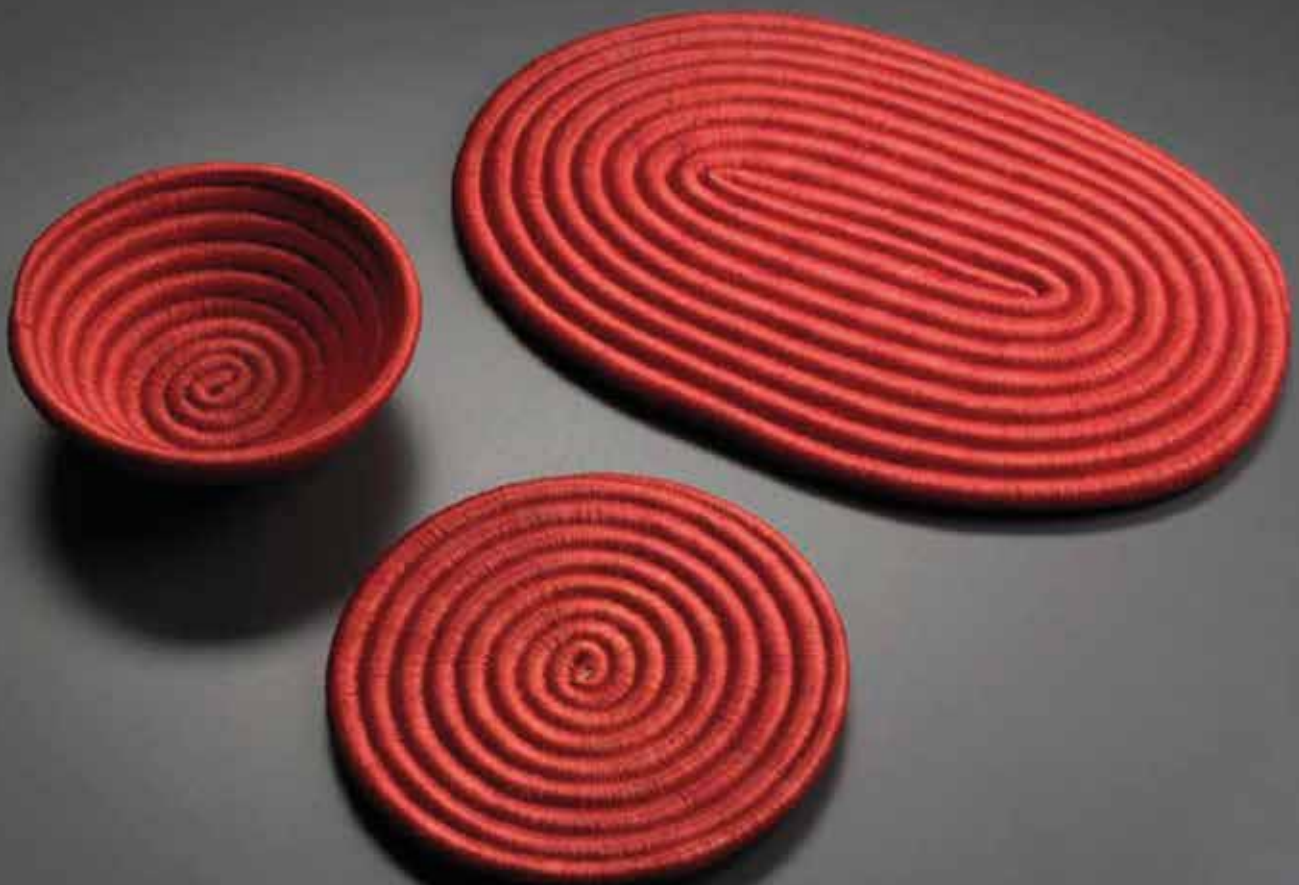
No que se refere à questão de pesquisa norteadora — que buscava compreender de que forma as plataformas digitais, em sua ampla variedade, poderiam contribuir para a conservação do patrimônio cultural próprio do artesanato de tradição —, foi possível identificar dois grandes grupos de estudos. O primeiro grupo está mais diretamente relacionado à comercialização dos produtos, reunindo cinco estudos que relatam o uso estratégico de mídias sociais — como Instagram, Facebook e, principalmente, WhatsApp — como meio de contato direto com os clientes. Além disso, observou-se o desenvolvimento de websites utilizados como plataformas de e-commerce, com foco em viabilizar a compra de produtos artesanais e incorporar boas práticas de UI e UX, a fim de assegurar a eficácia da solução.

O segundo grupo de estudos se distanciou da comercialização direta e utilizou websites como instrumentos voltados à conservação do patrimônio imaterial, ao digitalizar características específicas das peças artesanais desenvolvidas pelos artesãos — como, por exemplo, tramas e padrões de tecelagem. Em um dos estudos, foram incorporadas ferramentas de comunicação nesses ambientes virtuais, permitindo a troca de informações e atualizações relacionadas ao fazer artesanal, e favorecendo a criação de redes colaborativas entre os participantes. Além disso, explorou-se a digitalização 3D em alta definição para a criação de gêmeos digitais dos produtos, com o objetivo de preservar a singularidade do processo manual e valorizar

o caráter único das peças, ao mesmo tempo em que se buscou acompanhar o crescente uso de ativos digitais únicos, conhecidos como NFTs.

Por fim, como observação complementar, dois dos estudos evidenciaram a relevância do território como um aspecto significativo para a valorização dos produtos artesanais de tradição. Em um dos casos, essa valorização esteve associada à utilização de recursos de geolocalização, não apenas para orientar o acesso ao local de produção, mas também para contextualizar elementos culturais e reforçar vínculos com o turismo, especialmente o turismo arqueológico característico da região. No outro, destacou-se a importância da adoção de etiquetas de identificação geográfica que atestem a originalidade e a procedência das peças, como forma de enfrentar o avanço das falsificações.

3.



Fonte: Artesanías de Colombia (2021). Fotografia de Mónica Barreneche

3. RESULTADOS DA PESQUISA

A seguir, são descritos o desenvolvimento da pesquisa e os resultados obtidos neste processo. Inicia-se com uma imersão nos territórios de Curití e Guacamayas, com o objetivo de compreender sua constituição e os traços históricos marcados pela prática artesanal. Em seguida, é introduzida a atuação da principal entidade de fomento ao artesanato colombiano, Artesanías de Colombia, por meio da análise documental de seus relatórios de trabalho com os artesãos dessas localidades, além de uma avaliação dos cenários comerciais e de exposição do artesanato tradicional no país. Por fim, são apresentados os resultados do trabalho de campo, complementados pela análise do conteúdo das entrevistas semiestruturadas.

3.1 Colômbia – O Território

O território é aqui entendido como uma configuração espacial delimitada e construída pela interação entre os indivíduos que o habitam e o ambiente material que os circunda, cuja constituição é atravessada pela complexidade das relações humanas e pelas dinâmicas econômicas e culturais, as quais possibilitam apropriações, reconhecimentos e a construção de identidades vinculadas a um sentido de lugar.

É perceptível que, no território colombiano — especialmente na Colômbia rural —, a transformação de matérias-primas naturais em artefatos e utensílios pela ação humana, com o objetivo de suprir necessidades individuais e coletivas, contribui para a construção de paisagens físicas e culturais. Como aponta Ana Cielo Quiñones (2003), trata-se de processos cotidianos que originam um conjunto de símbolos que favorecem as conexões tanto físicas quanto emocionais com o território, fortalecendo o sentimento de pertencimento por meio da labor artesanal.

Reconhecer o artesanato como trabalho, como cultura, como modo de produção, como representação simbólica, como tradição, como patrimônio, como produto individualizado orientado ao mercado, implicou repensar seu sentido, seu devir histórico e, claro, a realidade social e econômica em que se debatem dia após dia grande parte de nossos compatriotas, os artesãos (Botero, 2003, p.XI, Tradução nossa).

María Teresa Marroquín (1990) afirma que a tradição artesanal colombiana possui vestígios documentados desde a época pré-hispânica, evidenciados por materialidades produzidas por povos indígenas para atender tanto a necessidades materiais — como objetos utilitários e funcionais, a exemplo de recipientes, vasilhas e

armas — quanto a necessidades espirituais, por meio de artefatos relacionados à religião, a rituais e a oferendas. Também se identificam elementos vinculados à organização social, como ornamentos utilizados em templos e vestimentas (ver figura 7). Para a autora, os primeiros registros sobre essa cultura material foram feitos por cronistas que acompanhavam os conquistadores e descreveram o que encontraram na América. Além disso, há evidências provenientes de escavações arqueológicas, como cestaria, trabalhos em ouro, cerâmica e tecidos, que hoje integram o acervo de diversos museus da Colômbia.

Quase todos os cronistas da época comentam a alta qualidade das mantas elaboradas por guanes e muíscas; os soldados de Jiménez de Quesada não tiveram inconveniente em se vestir com elas, e seu valor era tal que constituíram um dos principais artigos de tributo durante a primeira parte do período colonial. Antes da chegada dos espanhóis, eram comercializadas com outros grupos indígenas, não apenas pela rota do rio Magdalena, mas também com grupos das planícies orientais (Banco de la República, 1993, p. 13, tradução nossa).

Figura 7 – Mulher Cuna – etnia colombiana – fiando algodão.



Fonte: Cardale de Schrimppff, 1986

O período da expansão colonial, além de ser marcado pela mestiçagem entre povos originários, europeus e povos escravizados provenientes da África, também foi responsável pela introdução de tecnologias, como fornos capazes de atingir temperaturas mais elevadas e rodas de fiação utilizadas na produção de tecidos de lã de ovelha (Rubio; Acero, 1971). Nesse contexto, surge o tear a pedal, e são

introduzidas as agulhas de tricô e crochê, que continuam em uso até hoje com diferentes fibras naturais, como o sisal. A figura 8 ilustra o processo de fiação do sisal.

Figura 8 - Trabalhadoras do sisal em Curití, província de Guanentá, 1960



Fonte: Eslava, 1960

Nos séculos XVII e XVIII, surgiram oficinas nas zonas urbanas da Colômbia, conhecidas como "obrajes", onde mestres – geralmente artistas espanhóis – criaram espaços coletivos com aprendizes e auxiliares. Nesses locais, ensinavam-se diversas técnicas, como pintura, escultura, joalheria, marcenaria, entre outras, destinadas a indígenas e mestiços (Marroquín, 1990). A mestiçagem cultural continuou ao longo do período colonial, com processos adaptativos, mistura de técnicas e o uso de novos instrumentos, prolongando-se até o período da independência.

Com a chegada da industrialização à Colômbia e o desenvolvimento do capitalismo no século XX, ocorreram mudanças culturais, socioeconômicas e de modernização nos meios de trabalho, especialmente nos centros urbanos, o que levou ao deslocamento dos esquemas tradicionais artesanais. Nesse cenário, em 1964, foi criada a empresa Artesanías de Colombia, com o objetivo de promover o desenvolvimento do setor artesanal (Quiñones, 2003). A Artesanías de Colombia

integra o grupo de empresas industriais e comerciais do Estado colombiano, de benefício e interesse coletivo, estando atualmente constituída como uma sociedade econômica de caráter misto, vinculada ao Ministério do Comércio, Indústria e Turismo desde 2003 (Artesanías de Colombia, 2023a). Entre seus principais objetivos, destacam-se o acompanhamento aos artesãos por meio de assessorias técnicas e de design, o tratamento sustentável de matérias-primas de origem natural, bem como a implementação de estratégias de divulgação e comercialização por meio de eventos nacionais e internacionais.

Por outro lado, na Colômbia, a partir da segunda metade do século XX, manifestou-se um interesse crescente em caracterizar o ofício artesanal e coletar dados estatísticos sobre seu impacto no desenvolvimento social do país. Naquele período, porém, o artesão ainda era definido pelo Departamento Administrativo Nacional de Estatística (DANE) como um operário da indústria de transformação que atuava em empresas com menos de cinco empregados (Sanchis, 1971). A regulamentação da profissão de artesão ocorreu em 19 de novembro de 1984, por meio da Lei nº 36¹⁰, que estabelece o seguinte:

Se considera artesão a pessoa que exerce uma atividade profissional criativa em torno de um ofício específico, em um nível essencialmente manual e conforme seus conhecimentos e habilidades técnicas e artísticas, dentro de um processo de produção. Trabalhando de forma autônoma, deve derivar seu sustento principalmente disso, aplicando seu esforço físico e mental na transformação de bens ou serviços úteis (Colômbia, 1984, tradução nossa).

No mesmo documento legal, são apresentadas definições para o tratamento adequado e a classificação do artesanato e dos atores envolvidos, bem como os procedimentos para o registro de artesãos, ateliês e associações, com base no Decreto nº 258, de 2 de fevereiro de 1987, que regulamenta a lei em questão. Por exemplo, o Artigo 2º do decreto, para efeitos legais, define o artesanato como “uma atividade criativa e permanente de produção de objetos, realizada com predominância manual e, em alguns casos, com o auxílio de maquinários simples, obtendo um resultado final individualizado, determinado pelos padrões culturais, o meio ambiente e seu desenvolvimento histórico” (Colômbia, 1987, tradução nossa).

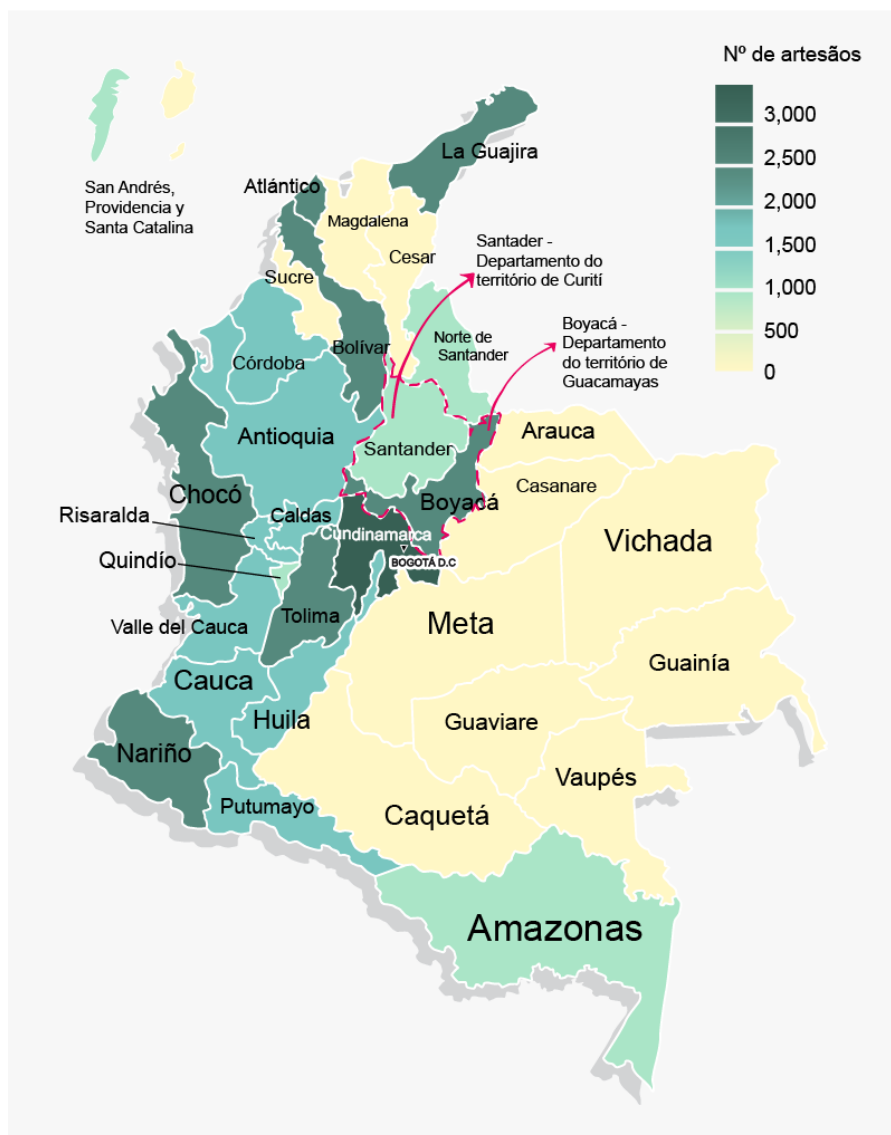
Além disso, o decreto também estabelece as classificações dos tipos de artesanato — quanto à denominação de artesanato indígena, tradicional popular e

¹⁰ Colômbia. Lei nº 36 de 19 de novembro de 1984. Ley del artesano, Capítulo 1, Artículo 1.

contemporâneo —, assim como das categorias de artesão, que aparecem em ordem hierárquica: aprendiz, oficial, instrutor e mestre artesão. Sobre este último, merece destaque sua definição, uma vez que, na atualidade, a própria Artesanías de Colombia continua promovendo o reconhecimento por meio do Programa de Medalha ao Mestre Artesão, um incentivo anual destinado àqueles artesãos e comunidades que, no exercício de seu trabalho, também dedicam tempo e esforço para ensinar o ofício a outras pessoas, transmitindo seu conhecimento para que as tradições culturais se preservem (Artesanías de Colombia, 2019b). Segundo registrado no Artigo 21 do Decreto 258 de 1987, mestre artesão “é a pessoa que tem conhecimento pleno do artesanato em sua especialidade. Além disso, possui condições de originalidade e criatividade nas técnicas, no design e na produção artesanal” (Colombia, 1987, tradução nossa).

Sobre o reconhecimento dos artesãos, observam-se variações importantes ao longo do tempo. Em 1994, a Artesanías de Colombia, por meio do Censo Econômico Nacional do Setor Artesanal, conseguiu registrar 58.821 pessoas que, em média, atribuíram mais de 70% de sua atividade à produção de artesanato (Ministerio de Desarrollo Económico; Artesanías de Colombia, 1998). Já em 2019, foi publicado o censo mais recente sobre a atividade artesanal na Colômbia, o qual, com dados concretos obtidos nos territórios, possibilitou a criação do Sistema de Informação Estatística da Atividade Artesanal (SIEAA). Em junho de 2019, o sistema contava com 31.003 artesãos cadastrados em 29 departamentos — equivalentes aos estados no Brasil — dos 33 existentes (32 departamentos e Bogotá Distrito Capital) (Artesanías de Colombia, 2019a). A figura 9 apresenta a distribuição das comunidades artesanais por departamento de residência.

Figura 9 - Distribuição de comunidades artesanais por departamento na Colômbia.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Serrano, Márquez e Ascencio (2019).

3.1.1 Sisal e território: o artesanato tradicional em Curití e Guacamayas

Os territórios de Curití e Guacamayas, objetos de estudo da presente pesquisa, estão localizados na região andina da Colômbia, situada no setor centro-leste do país, conforme apresentado na figura 10. O departamento de Santander, ao qual pertence o município de Curití, e o departamento de Boyacá, do qual faz parte Guacamayas, são territórios vizinhos.

Figura 10 - Comunidades artesanais no território centro - leste da Colômbia.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Artesanias de Colombia (2019a)

Embora compartilhem alguns costumes — entre eles, o desenvolvimento artesanal a partir do sisal —, apresentam diversas particularidades que os diferenciam. Tais distinções decorrem, em grande parte, da geografia acidentada e montanhosa, cujas variações de altitude e clima influenciam diretamente a relação das comunidades com o território. Além disso, os imaginários e as construções históricas, marcados tanto pela presença dos povos originários quanto pelas diferentes experiências do período colonial, também contribuem para essas distinções. O Quadro Comparativo 5 a seguir apresenta alguns dados geográficos e territoriais dos dois municípios em foco.

Quadro 5 - Dados geográficos e territoriais dos municípios de Curití e Guacamayas.

Tópico	Curití	Guacamayas
Descrição Física	O Município está localizado no Centro-Oeste do Departamento de Santander, na Cordilheira Oriental, e faz parte da província de Guanentá. Ele é atravessado pela rodovia principal do Leste, que conecta Bucaramanga, capital do departamento, a Bogotá, capital da Colômbia	O Município de Guacamayas está localizado ao norte do departamento de Boyacá, na Cordilheira Oriental, na microbacia do rio Nevado, e faz parte da província de Gutiérrez
Limites Geográficos	Ao Norte com os municípios de Molagavita, Cepitá, Aratoca e Jordán; ao sul com os municípios de Mogotes e San Gil; a oeste com os municípios de Villanueva e Cabrera; e a leste com o município de Mogotes.	Ao Norte com Macaravita (Santander) e o município de El Espino; ao leste com o município de El Espino e o município de Panqueba; ao sul com o município de El Cocuy e ao oeste com o município de San Mateo.
Extensão	Extensão total: 247 km ² Extensão área urbana: 4,3 km ² Extensão área rural: 242,7 km ²	Extensão total: 59,83 km ² Extensão área urbana: 0,71 km ² Extensão área rural: 59,12 km ²
Distância de referência	90 km de Bucaramanga, capital do departamento de Santander.	283 km a Tunja, capital do departamento de Boyacá.
Vias de comunicação	O município de Curití é acessado pela rodovia troncal central nacional Bucaramanga – Santa Fé de Bogotá, que o cruza de norte a sul. O núcleo urbano se conecta a essa via pela estrada pavimentada "El Ramal" (2,2 km).	O município de Guacamayas pode ser acessado a partir do município de Soatá por duas rotas: uma via os municípios de Boavita, La Uvita e San Mateo; outra pelos municípios de Capitanejo e El Espino. Ambas permitem seguir até os municípios de Panqueba e, depois, até El Cocuy, onde fica o <i>Parque Nacional Natural El Cocuy</i> , importante destino turístico da região.
Tº média	20° C	17° C
População ¹¹	Total de habitantes: 11.653 Habitantes Zona Urbana: 457 Habitantes Zona Rural: 7.076	Total de habitantes: 1.790 Habitantes Zona Urbana: 620 Habitantes Zona Rural: 1.170
População artesanal caracterizada	154 Artesãos ¹²	172 Artesãos ¹³

Elaborado pelo autor com base em dados da Alcaldía de Curití – Santander (2014) e da Alcaldía Municipal de Guacamayas – Boyacá (2021)

¹¹ Último Censo Nacional de População e Domicílios 2018 da Colômbia – do Departamento Administrativo Nacional de Estatística – DANE (DANE, 2018)

¹² Dados coletados entre 2014 e 2017 pela Subgerência de Desenvolvimento do Setor Artesanal (Salazar, Serrano e Artesanías de Colombia, 2017).

¹³ Dados coletados entre 2014 e 2019 pelo Sistema de Informação Estatístico da Atividade Artesanal (Serrano, Ascencio e Artesanías De Colombia, 2020)

3.1.1.1 Curití – Povo de tecelões: Unidade de Análise 1

Na língua indígena Guane, *Curití* significa “povo de tecelões”. Os têxteis Guane representam a origem de saberes que marcaram o território santandereano, especialmente nas práticas de fiação e tecelagem, e compõem o acervo ancestral têxtil da região, datado de aproximadamente 800 a 1500 d.C. (Patiño, 1993). Diante da aridez do solo, típica das áreas montanhosas andinas, os Guane construíram grandes obras hidráulicas, destacando o algodão entre os cultivos irrigados (Banco de la República, 1993). Achados arqueológicos também revelam o uso da fibra de sisal na tecelagem, presente na coleção de fragmentos têxteis produzidos pelos povos Guane e preservados no Museu Arqueológico Regional Guane, em *Floridablanca* – Santander, Colômbia. Uma dessas amostras pode ser vista na figura 11.

Figura 11 - Restos de têxteis e ferramentas para uso com sisal, produzidos pelo povo Guane.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir Atelier ONGD (2011)

Na cosmovisão Guane, os tecidos ocupavam um lugar central, não apenas como elementos utilitários, mas também como portadores de significados simbólicos e espirituais. Relatos tradicionais mencionam a existência de uma divindade associada à tecelagem, chamada *Nencatecoa*, o que denota um valor cultural atribuído a essa prática (Ardila, 1978).

Qualquer abordagem histórica sobre o cotidiano das comunidades de Curití no período colonial evidencia a importância da indústria artesanal do sisal e da fabricação de sacos para a economia local, utilizados como embalagens para diversos produtos, especialmente o café durante o auge das exportações. Apesar dos teares rudimentares, em Curití eram produzidos sacos de diferentes tipos: dos mais densos, destinados ao acondicionamento de sal, cereais e grãos, aos mais ralos, usados para produtos volumosos (Zamosc; Gaviria, 1980).

No final do século XIX, o departamento de Santander registrou um avanço significativo na indústria do sisal. A planta, além de ser cultivada para fins como a demarcação de território e o parcelamento de terras, passou a adquirir importância econômica, impulsionada pela valorização da produção artesanal de seus derivados (Orrego, 2013). Em 1934, Santander foi reconhecido como o principal produtor de sisal na Colômbia, com 4.750 toneladas, o que correspondia a 47% da produção nacional. O processo de desfibramento das folhas evoluiu de métodos rudimentares, herdados dos povos indígenas, para técnicas mais eficientes, com o uso de novas ferramentas (Ministério de Comércio, Indústria e Turismo; Artesanías de Colombia, 1995).

Nos anos mais recentes, a economia de Curití é essencialmente definida pelas práticas agrícolas, que representam 60% das principais fontes de emprego, com destaque para o cultivo de tabaco, sisal, feijão, café e milho. O setor secundário é representado pelo artesanato, sobretudo aquele produzido a partir do sisal já fiado. Duas empresas principalmente, ECOFIBRAS e AREAGUA, se destacam na transformação desse material, além de 23 lojas e empreendimentos familiares dedicados à elaboração de produtos, incluindo bolsas, cintos, sapatos, tapetes, cortinas, entre outros (Alcaldía de Curití - Santander, 2014). A variedade de produtos feitos em sisal pode ser observada na figura 12.

Figura 12 - Produtos elaborados em Sisal em Curití.



Fonte: Elaborado pelo autor

No que se refere à associatividade entre artesãos de Curití, sobressaem duas iniciativas principais. A primeira é a cooperativa Ecofibras, que, desde 1995, elabora e comercializa produtos artesanais, acompanhando os diferentes processos da cadeia produtiva e promovendo a diversificação do uso da fibra de sisal. Entre seus associados, encontram-se sete entidades jurídicas e 29 pessoas físicas, com ampla representatividade dos setores sociais e institucionais do departamento de Santander (Justo e Vidal, 2011; Atelier ONGD, 2018).

A outra iniciativa destacada é a Associação de Tecelões de Curití (ASTECUR), fundada em 2011 por seis empresas artesanais, incluindo a própria Ecofibras. Essas empresas se uniram para criar a marca coletiva “*Fique de Curití*” — ver figura 13 — com o objetivo de promover atividades de incentivo, capacitação e comercialização, visando o bem-estar social dos artesãos da região (Atelier ONGD, 2018). Como mencionado na introdução, as marcas coletivas não apenas distinguem a origem, mas também outras características comuns de produtos ou serviços de empresas associadas. No caso de Curití, a marca coletiva contou com o apoio da Artesanías de Colombia e do COLIPRI — convênio colombo-suíço de cooperação internacional para

a propriedade intelectual —, recebendo suporte nas áreas comercial e associativa. Esse apoio visava garantir a qualidade dos produtos, destacando as boas práticas no tratamento da fibra natural, o que, por sua vez, ampliava o reconhecimento e a participação dos artesãos nos mercados internacionais.

Figura 13 - Registro de Marca coletiva FIQUE CURITÍ - Santander.



Fonte: Astecur (2017)

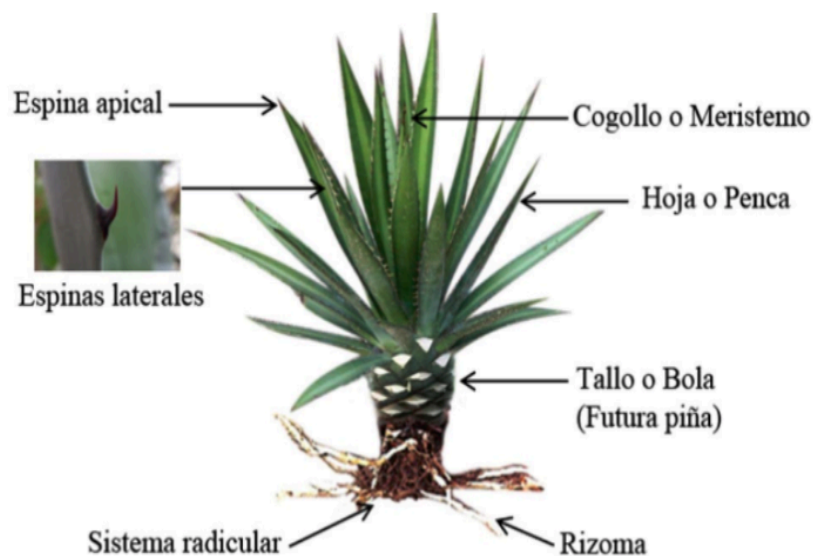
O Sisal: Uma fibra natural para o artesanato colombiano.

Na região Andina, formada pelos países da América do Sul atravessados pela Cordilheira dos Andes, especialmente em áreas rurais e camponesas, o trançado de fibras vegetais integra a cultura local. Diferentes tipos de fibras são cultivados desde o sul da América Central até a Bolívia. Para as comunidades andinas, as fibras fazem parte do patrimônio cultural e constituem uma fonte de trabalho, com famílias envolvidas no cultivo, na transformação e na comercialização dos produtos. (Macía, 2006).

Em termos de forma e estrutura, a espécie *Furcraea* é similar aos agaves – conforme ilustrado na figura 14 – crescendo até 3.000 metros de altura e sendo as mais importantes nas regiões andinas (León, 2000). Algumas particularidades desse tipo de fibra são apontadas por Esparza *et al.* (2015).

Os agaves são plantas hermafroditas e monocotilêneas, que se caracterizam por serem suculentas perenes com tronco curto. Suas folhas, ou “pencas”, estão dispostas em rosetas e apresentam formato lanceolado (em forma de lança), rígidas, carnudas, terminando em espinhos e com margens dentadas e espinhosas. A área onde reside a base das folhas é chamada de caule e também é conhecida como “coração” ou “abacaxi”. Possui inflorescências em espigas ou cachos localizados em longo escapo floral ou “quiote” (p.228, tradução nossa).

Figura 14 - Anatomia vegetal do agave.



Fonte: León et al. (2015)

O Sisal da Colômbia (*Furcraea macrophylla*) é uma planta pequena, com um tronco que atinge no máximo 30 cm de altura e folhas entre 1,5 m a 2 m de altura e 7,5 a 15 cm de largura, com uma roseta de folhas mais finas do que o sisal, cujas bordas têm espinhos curvos, vermelhos e duros (León, 2000).

Preparação do Sisal como matéria prima.

Sobre o processo de preparo da matéria-prima, foram encontradas diferentes versões, tanto nos documentos da Artesanías de Colombia, que contêm diagnósticos realizados ao longo dos anos sobre a cadeia produtiva do sisal (Toquica *et al.*, 2016), quanto nos relatos dos próprios artesãos durante o trabalho de campo. Observou-se pequenas variações entre essas versões, decorrentes dos diferentes momentos em que as informações foram coletadas. A seguir, apresenta-se uma descrição do processo, resultado do contraste entre os dados levantados.

O processo começa com a coleta das folhas maduras de sisal, que são então transportadas até o local de desfibramento. O *corte* deve ser reto e próximo ao caule, de baixo para cima, e a planta deve permanecer com no mínimo 15 a 20 folhas para garantir a continuidade de seu processo biológico. Após o primeiro corte, novas coletas podem ser realizadas conforme necessário; contudo, para preservar a saúde da planta e a qualidade da fibra, é recomendado que sejam feitas de três a quatro coletas por ano. Caso não ocorra a floração, a planta pode viver até 20 anos, sendo que a floração provoca sua morte imediata.

Após a coleta, inicia-se o processo de *desfibramento*, que consiste na separação da casca das folhas para a extração das fibras de sisal. A folha contém pouca fibra útil, sendo composta principalmente por água. De 100 kg de folhas, apenas 4% são fibras aproveitáveis; o restante, composto por bagaço e sucos ricos em nutrientes, é utilizado como fertilizante. Inicialmente, a fibra era extraída por fricção entre pedras de rio. Posteriormente, foram empregadas ferramentas com tubos de aço verticais para a separação da casca. Atualmente, utilizam-se equipamentos mecânicos motorizados, que produzem filamentos mais longos, separando de forma mais eficiente a fibra da polpa e da casca.

Em seguida, realiza-se a lavagem e secagem da fibra. A fibra é submersa em tanques de água por 24 horas para remover resíduos da folha, sendo então lavada e estendida ao ar livre para atingir a cor branca natural. Dependendo das condições climáticas, a secagem pode levar de um a dois dias. Após esse processo, procede-se ao "*escarmenado*", que consiste em um procedimento similar a um penteado, realizado com o auxílio de um dispositivo rudimentar, semelhante a um pente de grande porte fixo a uma base vertical, com uma série de pontas aguçadas que atuam como cerdas. A fibra é passada repetidamente por esse dispositivo para remover os resíduos restantes.

Em alguns registros, menciona-se que, após esse passo, a fibra é novamente exposta ao sol em área aberta para acelerar o processo de oxidação das substâncias orgânicas e torná-la ainda mais branca. Em outras versões, após o *escarmenado*, a fibra é embalada em feixes de 1 ou 2 quilogramas, aos quais se faz uma leve torção no centro, para ser acondicionada em sacos de aproximadamente 50 quilogramas. Esses sacos são levados aos depósitos para venda por peso ou enviados aos *ateliers* que realizaram a encomenda. Nesse ponto, a primeira parte do processo é concluída, uma vez que muitos produtores, especialmente da área rural, cultivam a planta até

esse estágio de fibra em cor natural, que constitui seu produto final de venda ou entrega, caso façam parte de alguma cooperativa, onde o processo continua em outras mãos.

Quando a matéria-prima apresenta alguma coloração, é necessário submetê-la ao processo de tingimento antes de sua conversão em fio. A fibra é tratada com tinturas, mordentes, fixadores e suavizantes, sendo depois fervida por cerca de duas horas para garantir a absorção da cor. Em seguida, é resfriada, lavada e estendida para secar. Após a secagem, a fibra é penteada novamente com o auxílio de uma pequena quantidade de margarina vegetal, preparando-se assim para a etapa seguinte.

A fiação, fase fundamental na cadeia produtiva do sisal, consiste em unir as fibras com as pontas dos dedos de forma contínua e uniforme, utilizando o apoio de uma máquina de pedal ou motorizada. As fibras, previamente amarradas a um poste para mantê-las paralelas, são puxadas manualmente conforme a espessura desejada, alimentando a máquina que realiza a torção e forma o cone.

A tensão exercida pelas mãos e a pressão dos dedos controlam a regularidade do fio, refletindo-se na uniformidade das peças finais. Essa precisão, desenvolvida ao longo de anos de prática, é determinante para assegurar a qualidade dos rolos de fio destinados à produção artesanal. Comercialmente, predominam dois tipos de espessura: o n.º 1, mais fino, e o n.º 2, mais grosso, embora alguns ateliês também produzam uma versão intermediária. A figura 15 ilustra de forma cíclica as etapas do processo descrito até este ponto, permitindo uma visão integrada da sequência produtiva do sisal até a obtenção do fio.

Figura 15 - Sequência produtiva do sisal até a obtenção do fio.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Ecofibras (2022)

Artesanato de tradição: a fabricação de produtos de sisal em Curitiba

Como mencionado no início deste capítulo, ao explorar o histórico dos saberes ancestrais do povo de Curitiba, a tecelagem destaca-se como um elemento fundamental na sua estruturação. A utilização de teares rudimentares, tanto na elaboração de tecidos pelos indígenas Guane quanto na confecção de embalagens em sisal para o transporte da produção agrícola, legou conhecimentos que permanecem enraizados nas dinâmicas culturais e identitárias dos *curitenhos* (oriundos de Curitiba), refletindo-se hoje em uma grande variedade de produtos.

Em Curitiba, os teares mais comuns são os horizontais de dois marcos, herança do período em que eram utilizados para a confecção de sacos. Atualmente, esses teares são empregados principalmente na produção de tapetes de *mota* (resíduo do pentear do sisal) e jogos americanos. Existem também teares horizontais de quatro marcos, presentes em duas das maiores empresas locais, usados na fabricação de cortinas, tecidos, bolsas, entre outros. Adicionalmente, encontra-se o tear vertical, que permite variações de tecelagem a partir de uma trama anudada. Conforme o desenho do produto, pode ser necessário formar uma grade de base, sobre a qual diferentes tipos de nós são realizados para conferir maior estrutura. Nesse tipo de tear, produzem-se tapetes e tapeçarias de parede com tramas e desenhos variados (Toquica *et al.*, 2016). Além dessas técnicas tradicionais, há também uma variação interessante da tecelagem, conhecida pelos artesãos como “*tafetán*”. Essa técnica é utilizada na fabricação de móveis, onde a estrutura do próprio móvel serve como moldura para o entrelaçamento dos fios, permitindo a construção simultânea de assentos e encostos.

O outro grande cenário de criação do produto artesanal em Curitiba é o das técnicas manuais de entrelaçamento de fios, realizadas com o auxílio de agulhas ou por meio de anudados. Entre essas técnicas, destacam-se o crochê, com sua grande variedade de pontos transmitidos entre membros da família ou da comunidade; o tricô, em que se utilizam duas agulhas para a confecção dos produtos; e o macramê, que, por meio da execução de nós nos fios, permite o desenvolvimento de acessórios e artigos para o lar.

Por fim, a coleta também permitiu identificar inovações técnicas, como o uso de colas e aditivos químicos para conferir rigidez aos fios em diferentes formatos, o que aponta para o desenvolvimento de novos produtos aglomerados. A figura 16 apresenta as principais técnicas discutidas anteriormente.

Figura 16 - Técnicas artesanais com sisal em Curitiba.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Ecofibras (2022)

3.1.1.2 Guacamayas – o vilarejo das mil cores: Unidade de análise 2

A cestaria de Guacamayas, como é conhecida atualmente, tem suas raízes na tradição têxtil dos indígenas Laches – povo originário da atual província de Gutiérrez, da qual Guacamayas faz parte. Alguns historiadores e pesquisadores relatam que, nesta região, os indígenas Laches produziam estandartes curiosos com penas e palhas de cores vivas e destacam sua notável habilidade na tecelagem, bem como o domínio de diversos materiais, como o sisal e o algodão, chegando inclusive a desenvolver têxteis com cabelo humano (Barón, 2008).

Com a colonização, a produção têxtil manteve sua relevância. Em Guacamayas e arredores, a confecção de artigos de lã tornou-se comum nos lares rurais,

especialmente por meio do tear de pedal. Produziam-se itens de uso cotidiano e para trocas, como lenços rústicos e panos de lã destinados à confecção do vestuário local. Essa prática doméstica perdurou por séculos, desde o período colonial até tempos relativamente recentes (Solano, 1988).

Ainda hoje, Guacamayas se caracteriza como um território de ofícios múltiplos, nos quais a tradição artesanal permanece ativa. Tecelagem, cestaria e trabalhos com lã e sisal — como a confecção de alpargatas — foram e continuam sendo fundamentais para a subsistência nas montanhas do leste colombiano. Tais práticas estão profundamente enraizadas no cotidiano rural e sustentam uma economia de pequena escala voltada à autossuficiência (Ortiz, 1995). Nas oito zonas que compõem o município, os habitantes conciliam a agricultura, a pecuária e o manejo de animais com a atividade artesanal, realizada majoritariamente em casas rurais, sem contar com oficinas ou espaços dedicados exclusivamente a essa prática. Essa realidade corresponde à necessidade de integrar o artesanato a outras tarefas domésticas essenciais para complementar a renda familiar.

A atividade artesanal contemporânea da região encontra um marco importante na atuação de Helga Mora, frequentemente mencionada nos relatos sobre os primeiros passos da formalização do artesanato em Guacamayas. Ela estabeleceu uma articulação com o Museu de Artes e Tradições Populares, buscando apoio para que as mulheres do município pudessem desenvolver uma fonte de renda. O interesse do Museu pelas pequenas bolsas e pelo processo de tecelagem com tear de arco motivou o incentivo à criação de novos produtos, como saias confeccionadas com essa técnica. Apesar das limitações do projeto, essa iniciativa culminou na fundação da Casa do Tear de Arco, primeira associação de artesãs de Guacamayas, que atuou até o final dos anos 1980 com o respaldo contínuo do Museu (Rodríguez *et al.*, 2019).

Diante do pouco êxito alcançado com a técnica do tear de arco, foram descobertas outras alternativas baseadas em saberes locais. Helga Mora convidou a designer Ligia Ceballos de Wiesner, do Museu de Artes e Tradições Populares, para aproveitar a presença da técnica do rolo, identificada por meio de peças como chapéus, cestos para sementes e alimentos, e, especialmente, as bases de balanças usadas para pesar queijos — as mais lembradas (Corradine *et al.*, 2014). A figura 17 exemplifica com uma bandeja para seleção de grãos. Reconhecido o potencial comercial dos objetos identificados, realizaram-se duas modificações na técnica. Primeiro, introduziu-se palha branca no miolo do rolo, conferindo maior rigidez e

resistência à estrutura. Segundo, retomaram-se conhecimentos sobre o uso de corantes, já empregados no trabalho com lã, tendo como primeira fonte de inspiração os *matachines* — personagens coloridos típicos das festividades locais.

Figura 17 - Bandeja para os grãos.



Fonte: (Corradine *et al.*, 2014) - Cedavida – Artesanías de Colombia

O artesanato em Guacamayas é liderado por três organizações principais — CREARCOOP, Associação de Artesãos de Guacamayas e FRASILGO, empresa independente do artesão Francisco Javier Silva. Esse arranjo constitui um modelo interessante de desenvolvimento territorial, pois, embora haja certa concorrência comercial saudável entre elas, em situações que envolvem desafios comuns ao município — como a conquista da denominação de origem para o artesanato local ou o atendimento a pedidos de grande volume para mercados internacionais —, essas agremiações conseguem articular-se e atuar de forma comunitária.

A cooperativa CREARCOOP foi a primeira a se consolidar, surgindo após o enfraquecimento da associação anterior chamada Casa do Tear de Arco. Desde o início da década de 1990, a CREARCOOP tem representado uma importante fonte de renda, graças tanto à comercialização contínua de seus produtos quanto ao empenho de seus membros — o que possibilitou, inclusive, a conquista de uma sede própria. Essa sede conta com ponto de vendas, salas para armazenamento de insumos e

matérias-primas, pátio para tingimento, sala de trabalho e uma sala de reuniões, onde são debatidos os principais assuntos relacionados à produção, promoção e comercialização dos produtos confeccionados pelos artesãos vinculados à cooperativa (ver figura 18). A participação de um artesão na CREARCOOP está condicionada a três critérios fundamentais: ser natural do município ou residente antigo em Guacamayas, produzir regularmente cestaria em rolo e atender aos padrões de qualidade exigidos pelos clientes da cooperativa (Corradine *et al.*, 2014).

Figura 18 - Fachada e interior de CREARCOOP.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de CREARCOOP (2021)

Apesar do crescimento inicial da cooperativa — que, em meados da década de 1990, contava com cerca de 300 artesãos vinculados —, disputas internas levaram à saída de diversos membros, que optaram por desenvolver suas próprias marcas (Rodríguez *et al.*, 2019). A primeira cisão resultou na criação da Associação de Artesãos do Município de Guacamayas, em 2006, voltada à promoção da cestaria em rolo feita com sisal e palha, por meio das técnicas de tecelagem radial ou ovalada.

Posteriormente, o artesão Francisco Silva — que também integrou essa associação e foi seu presidente por seis meses — afastou-se por divergências pessoais e fundou sua própria empresa, FRASILGO. Atualmente, atua de forma independente, comercializando produtos confeccionados por um grupo expressivo de artesãos locais.

Como foi mencionado anteriormente, em 2009, a cestaria de Guacamayas obteve a denominação de origem, tornando-se o primeiro produto artesanal do país a receber esse reconhecimento. Esse processo resultou de um esforço conjunto entre as três organizações já citadas, a prefeitura e a própria Artesanías de Colombia. Segundo a Superintendência de Indústria e Comércio da Colômbia (2021), a denominação de origem é atribuída exclusivamente a produtos – e não a serviços – originários de uma zona geográfica específica. Esses produtos devem ser produzidos nessa localidade e apresentar qualidades, reputação e características que derivam essencial ou exclusivamente de fatores naturais e humanos dessa região. Os fatores naturais incluem condições ambientais, como umidade, temperatura, pH do solo, altitude, entre outros. Já os fatores humanos referem-se aos aspectos culturais, sociais e econômicos das populações locais, como os ofícios, conhecimentos transmitidos de geração em geração, saberes tradicionais, métodos e técnicas de produção, e práticas culturais.

De acordo com esse conceito, o selo de Denominação de Origem, que pode ser visualizado na figura 19, é o símbolo oficial que indica que os produtos aos quais é atribuído cumprem os requisitos estabelecidos na declaração de proteção da respectiva denominação de origem. Assim, o selo só pode ser utilizado por aqueles que obtiveram autorização para o uso de uma denominação de origem colombiana, que é regulamentada e protegida pela Superintendência de Indústria e Comércio.

Figura 19 - Selo Denominação de Origem protegida – Colômbia.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Superintendencia de Industria y Comercio (2021)

Preparação do sisal e da palha como matérias-primas.

O processo produtivo da cestaria em rolo começa com a obtenção da palha e do sisal, matérias-primas utilizadas na confecção desses objetos artesanais. O sisal deixou de ser cultivado em Guacamayas por volta de 2010, em razão de diversos fatores — entre eles, a dedicação exigida e o tempo necessário para produzir cada peça. Desde então, a matéria-prima passou a ser adquirida de outros municípios. A CREARCOOP, por exemplo, compra o sisal em San Mateo, município vizinho, aos domingos, dia de mercado. Esse sisal é fino, mas não vem penteado nem suavizado. Como o artesanato de Guacamayas não utiliza o sisal afiado, mas sim fibras soltas, o penteado torna-se essencial para igualar o comprimento das fibras e garantir maior uniformidade nos produtos.

Outro fornecedor é o município de Curití, em Santander, de onde a Associação de Artesãos de Guacamayas e a empresa FRASILGO adquirem o material. Em Curití, é possível fazer pedidos especiais de cor e, embora o sisal já venha penteado,

segundo o senhor Francisco Silva, é sempre necessário realizar um penteado adicional.

Além do sisal, outra matéria-prima fundamental para a produção artesanal em Guacamayas é a palha, obtida a partir das espécies *Calamagrostis effusa* e *Calamagrostis intermedia*, pertencentes à família Poaceae e integrantes do grupo dos gramíneos. São ervas que podem atingir até 1,5 m de altura, com caules estriados e folhas cilíndricas de até 80 cm. No departamento de Boyacá, ao qual pertence Guacamayas, essa palha é conhecida como palha branca, palha crespa e palha de páramo (Celis, 2015).

A matéria-prima é obtida diretamente pelos artesãos ou por coletores rurais que, por estarem próximos às áreas de ocorrência, conseguem realizar coletas frequentes e comercializá-la no centro urbano. Segundo os próprios artesãos, a palha de melhor qualidade é encontrada nas regiões mais altas, já dentro do ecossistema de páramo — uma área de proteção nacional que circunda o Parque Nacional Natural El Cocuy (PNN Cocuy).

Essa proximidade com o parque suscita preocupações de ordem ambiental, especialmente entre instituições regionais como a Corporación Autónoma Regional de Boyacá (Corpoboyacá), responsáveis pelo monitoramento e regulação do uso sustentável dessa matéria-prima, com foco na adoção de boas práticas de manejo. Artesãos e coletores de Guacamayas, que obtêm o material nessa área, relatam que realizam podas controladas, e não extrações, em conformidade com as autorizações emitidas pela divisão de Parques Naturais e demais órgãos ambientais competentes, garantindo uma atuação responsável e a redução dos impactos ao meio ambiente.

O processo de coleta da palha começa com a seleção das plantas por parte dos coletores, sendo a altura das fibras o principal critério utilizado. A retirada é feita manualmente e pode ser repetida conforme a disponibilidade local. As fibras que não são extraídas permanecem no ambiente, secando e se decompondo naturalmente no solo do páramo. A atividade costuma ser realizada em grupos de cinco pessoas, e cada coletor pode obter até 200 libras de palha crespa (*Calamagrostis effusa*) por mês, que são transportadas a cavalo até os locais de uso ou venda. Além da palha crespa, há também a palha branca, que é colhida em terrenos próprios dos artesãos, localizados nas áreas periféricas do município. Para reduzir os impactos ambientais, uma variação da palha vem sendo cultivada na zona urbana, substituindo gradualmente a extraída do ecossistema de páramo. Cada artesão consome, em

média, 20 libras desse material por mês (Celis, 2015). A figura 20 ilustra as etapas do processo de coleta descritas.

Figura 20 - Processo de coleta da palha e variação de palha cultivada.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Celis (2015)

3.2 Artesanato de tradição: a cestaria em rolo em palha e sisal de Guacamayas

O município de Guacamayas destaca-se, historicamente, pela produção de cestaria com sisal e palha, amplamente conhecida no meio artesanal como “cestaria Guacamayas” ou, simplesmente, “Guacamayas”. Entre seus atributos técnicos, sobressaem a combinação de cores, a diversidade de produtos utilitários, a qualidade e a delicadeza da fina costura utilizada na confecção dos “rolos” que compõem as

peças. Tais características, ilustradas na figura 21, têm contribuído para o reconhecimento de Guacamayas em âmbito nacional e internacional (Barón, 2008).

Figura 21 - Produtos feitos em Guacamayas



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de CREARCOOP (2021)

O processo produtivo da cestaria em rolo inicia-se com a organização da matéria-prima. A fibra de sisal deve ser devidamente separada, por meio do “penteado” ou “escarmenado”, conforme descrito anteriormente no processo de fiação em Curití. Em seguida, os filamentos são retirados manualmente, em grupos de 4 a 25 fios, conforme o tamanho da peça a ser produzida. Esses grupos são dispostos sobre a perna da artesã, que gira as duas extremidades em um espaço de aproximadamente 10 cm, o que ajuda a mantê-los agrupados. Após essa etapa, os filamentos são enrolados levemente para organização. Paralelamente, preparam-se os “tuches” – pequenos feixes de palha agrupados com alguns filamentos de sisal – que, junto aos filamentos enrolados, são armazenados em cestos ou caixas ao

alcance da artesã, otimizando o tempo durante a costura da palha (Corradine *et al.*, 2014).

O próximo passo consiste na confecção do “empiece”, que marca o início da peça e corresponde ao miolo da cestaria em rolo. De aparência semelhante a um umbigo, essa parte central é formada ao enrolar um grupo de filamentos de sisal com algumas palhas, prendendo-os por cerca de 2 cm ao longo do seu comprimento. Em seguida, a extremidade é dobrada ao meio e fixada com a agulha, dando forma ao miolo. É importante que esse início seja o mais circular possível, pois irregularidades podem resultar em peças levemente ovais, o que compromete o acabamento.

Finalizada a estruturação do núcleo espiral, inicia-se a costura da espiral por meio de uma agulha previamente enfiada com filamentos de sisal. A estrutura do rolo é discretamente engrossada com o acréscimo dos “tuches”, enquanto a costura avança com a aplicação das pontas de palha previamente preparadas. Ao término de cada segmento, a extremidade é inserida pelo centro do rolo, de modo a mantê-la oculta. O mesmo procedimento é adotado para a extremidade inicial, assegurando a continuidade visual e estrutural da espiral. A junção entre as duas extremidades permanece oculta e, na ausência de variações cromáticas, torna-se praticamente imperceptível. Uma trena é utilizada para confirmar as dimensões da peça — base, diâmetro e altura — a fim de garantir conformidade com as especificações preestabelecidas. Para o acabamento, realiza-se um corte diagonal no arranjo de palha com o uso de tesoura de grande porte, marcando o encerramento do processo. A costura segue o mesmo padrão adotado na confecção dos rolos, assegurando uniformidade no remate final da peça (Corradine *et al.*, 2014). As etapas do processo aqui descritas podem ser visualizadas na figura 22.

Figura 22 - Processo de fabricação cestaria em rolo.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir Corradine *et al.*, 2014

3.3 Artesanías de Colombia: uma instituição para a preservação do artesanato colombiano

Para compreender o processo de configuração do artesanato tradicional colombiano, tal como o conhecemos hoje, é necessário analisar os fatores que levaram à consolidação de instituições voltadas à preservação das práticas artesanais, bem como à formulação de legislações que regulamentam a profissão e suas dinâmicas.

As raízes do artesanato colombiano resultam da combinação entre os saberes ancestrais desenvolvidos pelos povos originários — voltados à satisfação de necessidades básicas — e a influência dos artesãos espanhóis durante o período da

conquista (ver página 75). Com a chegada dos espanhóis, a atividade artesanal passou a se desenvolver principalmente segundo as dinâmicas de produção impostas pela cultura europeia, atendendo às demandas das comunidades formadas durante a colonização. Os artesãos, por meio de seus ofícios, obtinham renda suficiente para sustentar a si próprios e suas famílias, o que incentivava a transmissão de técnicas e o uso de ferramentas no ambiente doméstico. Essa dinâmica também favoreceu a constituição de organizações gremiais, formalizadas por normativas que buscavam regular a atividade e garantir a ordem pública na produção de bens (Vega, 2012).

Com o surgimento da República e a formação de uma economia própria voltada à abertura mercantil, ocorreram mudanças que colocaram em risco a continuidade das atividades artesanais tal como eram conhecidas. Vega (2009) descreve o processo da seguinte forma:

Enquanto as organizações gremiais tiveram um importante auge no século XVIII, no início da República — após as consequências sociais de uma mudança de tal magnitude — a produção artesanal sofreu transformações significativas que contribuíram para seu declínio como forma de organização gremial. Reformas econômicas, aliadas à abertura mundial dos mercados, marcaram o enfraquecimento da produção, especialmente da manufatura têxtil. O limitado desenvolvimento tecnológico e os interesses dos comerciantes que governavam naquela época foram o principal detonador para a configuração das sociedades de artesãos (p. 5, tradução nossa).

O autor acrescenta que esses movimentos levaram à consideração do artesanato como patrimônio cultural, com a finalidade de garantir sua preservação. O conceito também evoluiu, visando ampliar seu alcance para as atividades artesanais dos diversos povos do país, incorporando elementos de identidade e tradição, e não se restringindo ao ofício técnico e à habilidade do artesão. O reconhecimento como patrimônio implicou ações de salvaguarda, com fins históricos e de afirmação da identidade nacional, configurando, assim, um artesanato cultural e de caráter popular.

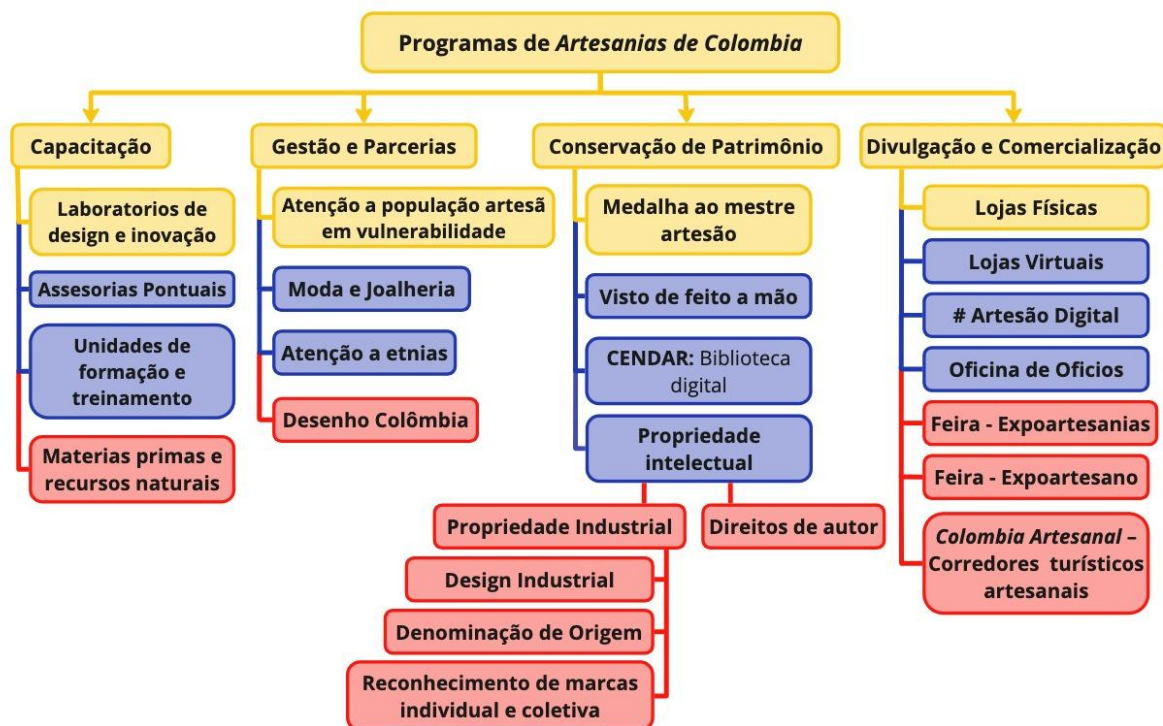
Nesse contexto, evidencia-se o interesse do Estado em preservar a cultura presente no próprio “artesanato cultural”, com a criação, em 1964, da instituição Artesanías de Colombia, inicialmente como uma sociedade limitada e, no ano seguinte, como sociedade anônima. Em 1968, é reconhecida como empresa de economia mista vinculada ao Ministério do Desenvolvimento Econômico, sendo posteriormente incorporada ao Ministério do Comércio, Indústria e Turismo (Quiñones, 2003; Vega, 2009). Desde então, a instituição atua no fortalecimento do setor artesanal, promovendo a inserção dos artesãos no sistema produtivo nacional, com

foco em seu desenvolvimento integral, valorização profissional, melhoria das condições de vida e preservação dos ofícios tradicionais.

Trechos da versão mais recente dos estatutos de constituição da Artesanías de Colombia (2023a), no que se refere ao desenvolvimento de seu objeto social, indicam que a entidade deve atuar pelo fortalecimento do setor artesanal local, incentivando a participação das entidades territoriais e do empresariado regional. Para isso, prevê a implementação de projetos voltados à melhoria da qualidade e à inovação dos produtos, bem como à preservação do patrimônio imaterial e da diversidade cultural. Suas ações incluem apoio técnico a artesãos e produtores de matéria-prima, estímulo à organização coletiva, desenvolvimento de estratégias de comercialização, gestão do conhecimento, proteção dos direitos de propriedade intelectual e criação de espaços destinados à formação, promoção e divulgação do setor, tanto em âmbito nacional quanto internacional.

No próprio site da Artesanías de Colombia, o *Sistema de Información para la Artesanía* (SIART), sistema de informação para o artesanato, apresenta os programas institucionais de apoio às comunidades artesanais. Essas iniciativas vão desde a proteção dos direitos de propriedade intelectual — como a concessão de denominações de origem para produtos vinculados a territórios específicos e a criação de marcas coletivas — até a implementação de laboratórios de design e inovação. Destacam-se também o desenvolvimento de plataformas comerciais, como as feiras internacionais *Expoartesanías*, na cidade de Bogotá, e *Expoartesano*, na cidade de Medellín, além de catálogos digitais. A figura 23 sintetiza os principais programas promovidos pela instituição.

Figura 23 - Programas de apoio institucional de Artesanías de Colombia.



Fonte: Elaborado pelo autor com base em (Artesanías de Colombia, [s.d.], SIART)

Embora todos os programas promovidos pela Artesanías de Colombia sejam relevantes e contribuam de forma integrada para a preservação do ofício artesanal, destacam-se, aqui, aqueles que envolvem a coparticipação do design, assim como projetos voltados à conservação do patrimônio, à divulgação e à comercialização, uma vez que apresentam relação mais direta com o escopo desta pesquisa, voltada à identificação de possíveis articulações com os resultados do projeto.

Entre os programas de capacitação, destacam-se os laboratórios de design e inovação (Artesanías de Colombia, 2021b), implantados nos próprios territórios onde a atividade artesanal ocorre. Esses espaços fortalecem a cadeia de valor por meio de estratégias como co-design, assistência técnica e formação. Já o Programa Nacional de Assessorias Pontuais (Artesanías de Colombia, 2021c), oferecido de forma gratuita, visa fortalecer as unidades produtivas dos artesãos com atendimentos personalizados em três módulos: design e desenvolvimento de produto, custos e processos produtivos, e marketing.

No âmbito da divulgação e comercialização, a Artesanías de Colombia desenvolve diversas iniciativas voltadas à visibilidade dos produtos artesanais e das culturas a eles associadas. Entre elas, destacam-se as lojas físicas — quatro no total, sendo duas em Bogotá, capital do país, e duas em Cartagena, a cidade mais turística

da Colômbia —, além do site institucional (www.artesantiasdecolombia.com.co), que, além de reunir informações sobre a gestão da entidade e funcionar como canal de contato para artesãos e outros interessados, disponibiliza diversos catálogos digitais que conectam os produtores a potenciais consumidores, além de um link que direciona à loja online. O site reúne uma ampla variedade de ofícios tradicionais e opera como vitrine para encomendas sob demanda.

Complementando essas estratégias de visibilidade e inserção no mercado, merecem destaque as duas principais feiras do setor artesanal colombiano: a *Expoartesanías*, realizada em dezembro, em Bogotá, e a *Expoartesano*, que ocorre no meio do ano, em Medellín. Ambas constituem vitrines de grande prestígio nacional e internacional, com participação restrita a ofícios previamente selecionados por meio de um processo de curadoria. Para promover a inclusão de pequenos empreendimentos nessas plataformas comerciais, a Artesanías de Colombia oferece assessoria especializada voltada à qualificação dos participantes (López; Navarro Hoyos; Navarro Hernández, 2019).

Paralelamente às ações comerciais, a entidade também investe no fortalecimento do patrimônio material e imaterial associado ao ofício artesanal. Nesse contexto, destaca-se o programa Medalha ao Mestre Artesão, concedido anualmente a artesãos e comunidades que, além de exercerem seu ofício, se dedicam à transmissão intergeracional de saberes. A premiação contempla seis categorias que reconhecem diferentes modalidades de contribuição, como a prática tradicional, o artesanato contemporâneo, ações comunitárias e iniciativas de fomento (Artesanías de Colombia, 2019).

De forma semelhante, em colaboração com a Superintendência de Indústria e Comércio, a Artesanías de Colombia incentiva comunidades artesãs a registrarem marcas coletivas e denominações de origem. Esses mecanismos jurídicos não apenas valorizam o território de procedência dos produtos, como também garantem sua autenticidade, asseguram características diferenciadas frente a imitações e facilitam a inserção em mercados internacionais (Artesanías de Colombia, 2018).

No campo do reconhecimento institucional do artesão como portador do saber-fazer de ofícios e técnicas artesanais, destaca-se a implementação do Registro Único de Artesãos – RUAC. Essa ferramenta de informação estratégica permite que os artesãos obtenham um documento que certifica seus conhecimentos e, ao mesmo tempo, possibilita à Artesanías de Colombia e ao Estado colombiano acessar dados

detalhados sobre esses profissionais, como localização geográfica, identificação da unidade produtiva, trajetória no ofício e condições de moradia. Tal base de dados contribui de maneira significativa para o desenvolvimento regional, o fortalecimento da economia popular e o fomento ao turismo (Artesanías de Colombia, 2023b).

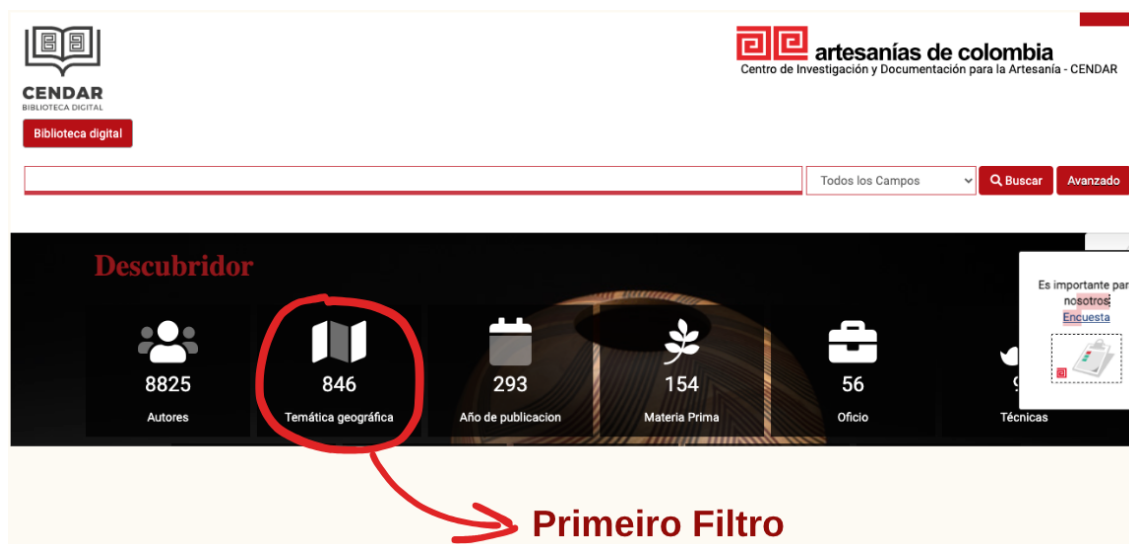
Finalmente, uma iniciativa voltada à preservação da memória institucional e ao suporte à pesquisa é o Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía – CENDAR (Centro de Investigación e Documentação para o Artesanato). Atuando como acervo documental e biblioteca digital, o centro assegura o acesso à informação qualificada sobre o setor artesanal e oferece suporte técnico e metodológico a projetos de desenvolvimento e investigação (Artesanías de Colombia, 2016).

Até este ponto, foi apresentada a empresa estatal Artesanías de Colombia, com o intuito de expor, de forma concisa, o percurso para sua consolidação e sua relevância como entidade de apoio às comunidades artesanais e ao fortalecimento do setor, com vistas a salvaguardar o patrimônio cultural inerente ao fazer artesanal. Para compreender de forma mais aprofundada as ações em campo dos projetos desenvolvidos pela Artesanías de Colombia nos territórios foco desta pesquisa — Curití e Guacamayas —, foi realizada uma pesquisa documental, com base no acervo disponível no CENDAR, cujo procedimento e resultados são apresentados a seguir.

3.4 Pesquisa documental – análise

Para a revisão documental, foram selecionados materiais disponíveis no acervo do CENDAR, conforme já mencionado. A busca foi conduzida por meio dos filtros oferecidos pelo próprio motor de busca da plataforma, sendo o primeiro deles a temática geográfica, que restringiu os resultados aos territórios de Curití e Guacamayas, seguido de um recorte temporal de dez anos (2013–2023), conforme ilustrado na figura 24.

Figura 24 - Motor de busca – Biblioteca digital CENDAR.



Fonte: Elaborado pelo autor com base em CENDAR (Artesanías de Colombia, [s.d.])

Entre os achados, identificaram-se cinco categorias principais de documentos, embora nem todos estivessem necessariamente presentes nas duas regiões ou em todos os anos observados. Os documentos incluem relatórios parciais ou anuais das assessorias realizadas pela equipe de Artesanías de Colombia; fichas técnicas de produtos desenvolvidos nessas assessorias, abrangendo tanto novos itens quanto adaptações de produtos já existentes; matrizes de caracterização que detalham o ofício, a matéria-prima, as dimensões, o peso, os artesãos responsáveis e os significados culturais atribuídos pela comunidade; memórias dos ofícios, compostas por relatos históricos, imagens dos territórios e especificações tanto das técnicas como das peças artesanais; e, por fim, catálogos de produtos que trazem breves descrições dos itens e suas respectivas regiões de origem.

Depois de realizar uma primeira leitura deste material, optou-se por abordar exclusivamente os relatórios anuais de assessorias, uma vez que eles contêm um resumo geral do que foi realizado durante o ano com as comunidades artesanais, incluindo objetivos, alcances, participação dos membros da comunidade, tipos de oficinas e palestras ministradas, entre outros. Apenas nos casos em que esse relatório não estivesse disponível, seria analisado o documento que apresentasse a maior quantidade de informações compiladas e que pudesse, de alguma forma, contribuir para compreender o acompanhamento realizado por Artesanías de Colombia naquele contexto. Como resultado, foram obtidos sete documentos para o território de Curití e seis documentos para o de Guacamayas, os quais foram selecionados para análise.

Em seguida, foi realizada a fase de categorização, por meio de uma leitura aprofundada auxiliada pelo software Atlas.ti, com o objetivo de entender o que foi abordado pela entidade de fomento com as comunidades artesanais. Quais tópicos eram prioridade para a equipe? Quais aspectos mudaram ao longo dos anos? Quais permaneceram? O software permitiu codificar os documentos e agrupar esses códigos para, posteriormente, gerar nuvens de frequência dos tópicos já agrupados, o que possibilitou visualizar as informações e prosseguir com a análise.

O primeiro documento relacionado à faixa temporal contemplada neste trabalho refere-se ao território de **Guacamayas**, no ano de 2014 (Bautista *et al.*, 2014). Nesse período, a ação foi realizada em conjunto com a fundação social CEDAVIDA, que se encarregou de conduzir diagnósticos sobre a atividade artesanal de diversas comunidades do departamento de Boyacá – equivalente a um estado no Brasil, incluindo o município de Guacamayas. Os principais objetivos dessa intervenção foram o desenvolvimento e a inovação de produtos, a busca de oportunidades em nível regional e local, o incentivo à sustentabilidade do ofício artesanal e a promoção do crescimento econômico da região.

O documento revisado, além de apresentar características da região de Guacamayas, como localização, clima, distribuição da população, cultura, meios de sustento e renda, entre outros, aborda em profundidade a cadeia de produção da cestaria de rolo, principal produto artesanal do território. O texto detalha desde a obtenção e os cuidados com a matéria-prima até a descrição aprofundada da técnica de elaboração do produto, além de explorar as dinâmicas associativas entre os artesãos para a comercialização dos produtos.

É precisamente nesses ambientes colaborativos que começa o trabalho da equipe com a comunidade. Em Guacamayas, desde 1980, existem cooperativas e associações que reúnem a maioria dos artesãos da região, com o objetivo de divulgar o trabalho artesanal, distribuir encomendas entre os associados e participar de eventos como feiras e exposições. Como pode ser observado na nuvem de frequência do quadro 6, um dos grupos que reúne a maior quantidade de códigos é o denominado "estruturação empresarial", destacando-se pela relevância atribuída ao desenvolvimento econômico da comunidade. Este grupo é seguido por tópicos como estratégias de precificação, custo da mão de obra, objetivos de negócio, estruturação organizacional, fator humano, entre outros.

No mesmo documento, destaca-se a criação de um plano de negócios — que, inclusive, é um dos anexos do relatório anual — no qual são abordados aspectos como capacidade de produção, aumento da produtividade, dedicação diária e rentabilidade do negócio, entre outros. O documento também evidencia o acompanhamento das ações nesse sentido, incluindo a formalização junto a entidades governamentais, com o objetivo de acessar os benefícios oferecidos por órgãos públicos.

Outro dos grupos que possui mais códigos é o de táticas comerciais, que inclui itens em destaque como análise e estratégias de mercados, seguidos por participação no mercado, acessibilidade, posicionamento de mercado, entre outros semelhantes. Um grupo como este está em consonância com o anterior, de estruturação empresarial, pois ambos fazem parte da configuração de uma iniciativa de sucesso no mercado.

Com um número menor de códigos, evidencia-se o grupo de fortalecimento e conservação do patrimônio imaterial, com ênfase na tradição artesanal. Isso ocorre porque o relatório como um todo ressalta a importância de preservar o legado artesanal presente no território, apontado como uma diretriz para o trabalho com a comunidade de Guacamayas. De forma similar, destaca-se o grupo de design e

inovação, no qual se ressalta o item de desenvolvimento de produto. No entanto, embora esse item seja mencionado repetidamente ao longo do documento, são evidenciadas poucas ações práticas nesse sentido, com os esforços concentrados em outras áreas já mencionadas anteriormente.

Outros grupos que aparecem com menor incidência são o de promoção por meio de feiras e eventos, assim como o de associação de artesãos. Alguns dos códigos emergentes nesses grupos já são abordados no grupo dominante de estruturação empresarial, que trata de temas como colaboração artesanal e fortalecimento organizacional. Também surge o grupo de dificuldades percebidas, que aparece principalmente no diagnóstico inicial, com maior recorrência do código “falta de identidade cultural”, seguido pela ausência de design e inovação. Para concluir, surgem grupos com um único código, como o de atividades de entidades de fomento, que se refere especialmente ao desenvolvimento dos artesãos por meio de capacitações e oficinas, alinhados ao que foi descrito até aqui. Em menor recorrência, destacam-se os grupos de atenção ao detalhe – que ressalta a qualidade artesanal – e o de insumos e matérias-primas, relacionado à extração e preparação desses materiais.

Por parte de **Curití**, o primeiro relatório que aparece para o período analisado aqui é de 2016 (Toquica *et al.*, 2016). Este foi um trabalho realizado por Artesanías de Colombia em parceria com a Câmara de Comércio de Bucaramanga, com o objetivo de estruturar um mapeamento artesanal no departamento de Santander. O convênio recebeu o nome de “*fortalecimiento e melhoria da cadeia produtiva do setor artesanal em Santander*”, e contou com a participação de 16 municípios, incluindo unidades produtivas específicas em Curití, relacionadas ao sistema de produção do sisal. O convênio teve início em 2016 e uma adesão para uma segunda fase em 2017, o que nos permitiu realizar uma análise conjunta, mesmo com duas nuvens de frequência separadas.

De forma geral, o projeto de assessoria e acompanhamento contemplou componentes como design de produto, produção, comercialização, propriedade intelectual, e desenvolvimento humano e empresarial, com ênfase neste último. O objetivo era incentivar a associação entre eles para aproveitar oportunidades do setor, uma vez organizados e integrados ao sistema bancário e legal.

Não obstante, após um diagnóstico inicial, observou-se que Curití se destacava pela estrutura associativa, o que permitiu avanços rápidos nas dinâmicas

organizacionais e de gestão, como evidenciado na nuvem de frequência de 2016 (ver quadro 7), que também destacou o grupo "conexão com os artesãos – entidades de fomento". Códigos relevantes, como os de desenvolvimento artesanal e capacitação de artesãos, estavam relacionados a atividades de empoderamento, como "quem sou eu – quem somos nós", realizadas para o fortalecimento da união entre os membros da comunidade.

Quadro 7 - Nuvem de frequência Curitiba 2016.



Fonte: Elaborado pelo autor

Outro setor destacado na nuvem de frequência é o de design e inovação, com códigos proeminentes como o desenvolvimento de produtos, inovação artesanal e estratégias de design, originados de oficinas de tendências, identidade e levantamento tipológico, utilizando recursos naturais da região como base para o desenvolvimento de novos produtos. Em menor proporção, surgem os grupos de estrutura empresarial e táticas comerciais, com códigos relacionados a estratégias de preços, capacitação e análise de mercados.

Por fim, os grupos com menor frequência incluem o de fortalecimento e conservação do patrimônio, com ênfase no reconhecimento do artesão; o de promoção, que aborda identidade visual e participação em feiras artesanais. Também figuram os grupos com dois códigos, como o de dificuldades percebidas, que aponta

barreiras de comunicação e desafios rurais; o de território, que valoriza o regionalismo e a referência geográfica. É importante ressaltar o grupo "começos no comércio digital", que surge com códigos como o de alfabetização e ferramentas digitais.

A análise do relatório e da nuvem correspondente a 2017 em Curitiba (Contreras *et al.*, 2017), conforme indicado no quadro 8, evidencia a continuidade no trabalho do ano anterior, com grupos e códigos destacados de forma mais equiparada. Grupos enfraquecidos no período anterior, como o de promoção e táticas comerciais, ganharam relevância, o que indica um trajeto lógico rumo ao fechamento do projeto, buscando fortalecer a comercialização e divulgação de seus resultados.

Quadro 8 - Nuvem de frequência Curitiba 2017.



Fonte: Elaborado pelo autor

Destacam-se três grupos principais: o grupo de conexão de artesãos com entidades de fomento, que aborda temas como capacitação e desenvolvimento artesanal; o grupo de processos de produção, com foco em códigos relacionados às técnicas artesanais; e o grupo de design e inovação, que ressalta o desenvolvimento de produtos e a inovação artesanal. Esses grupos estão claramente vinculados às assessorias pontuais realizadas pela equipe em ateliês que desenvolvem produtos específicos, realizadas em 2017, atendendo demandas particulares e alinhando os

produtos às tendências de mercado. Na parte final do relatório, destaca-se também a participação em feiras como *Expoartesanías*, com planejamento de stands e marcas, além da inclusão de códigos sobre iniciação ao comércio digital, introduzindo recursos de marketing e comunicação para os artesãos.

Em 2018, os processos de acompanhamento foram realizados nos dois territórios diretamente pela Artesanías de Colombia, por meio do projeto Laboratório de Design e Inovação (Artesanías de Colombia; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018). Em Guacamayas, destacou-se a concentração de esforços no desenvolvimento de produtos com efeitos degradê e novas tonalidades, cujos códigos aparecem vinculados ao grupo de design e inovação. Evidenciou-se também a atuação do grupo de associatividade de artesãos, com foco no apoio e no empoderamento das comunidades locais. Além disso, foram identificadas iniciativas, com menor destaque, voltadas ao fortalecimento e à conservação do patrimônio imaterial, ressaltando a tradição artesanal e a transmissão intergeracional. A nuvem gerada a partir do processo desenvolvido em Guacamayas, no ano de 2018, pode ser observada no quadro 9 a seguir.

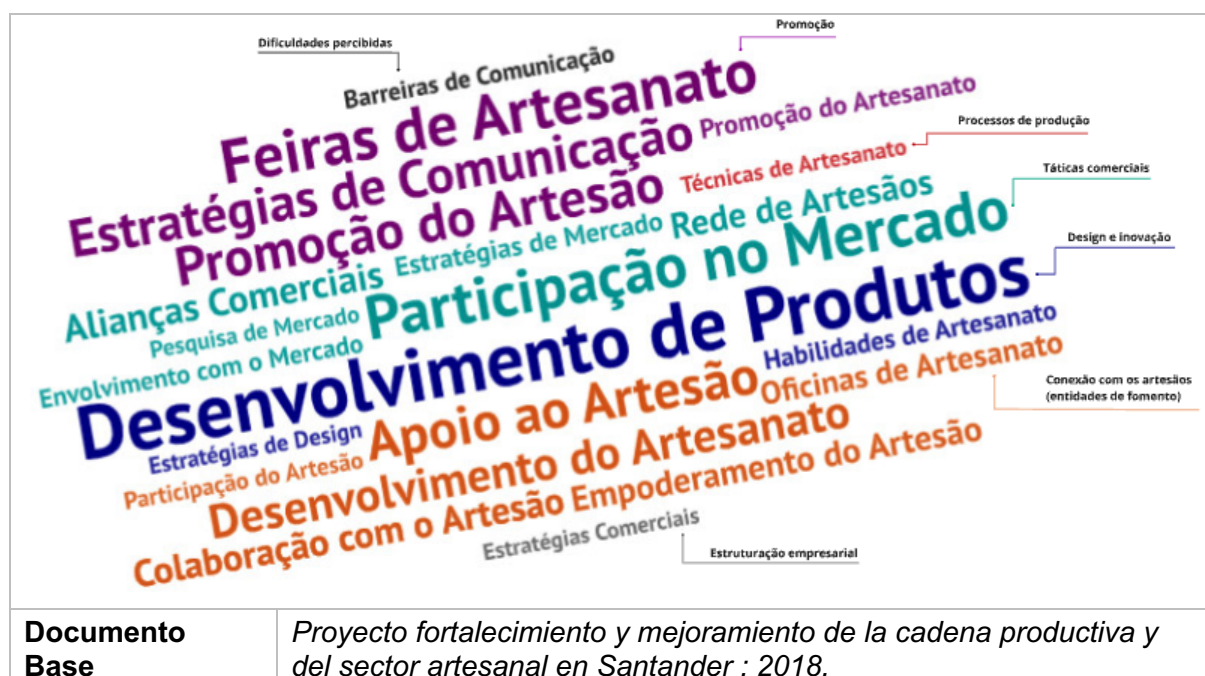
Quadro 9 - Nuvem de frequência Guacamayas 2018.



Fonte: Elaborado pelo autor

No território de Curití, o relatório final de 2018 (Becerra *et al.*, 2018) indicou que os esforços se concentraram nos grupos voltados à promoção, com ênfase nas feiras de artesanato, nas estratégias de comunicação e na valorização do artesão. Destacou-se também o grupo de articulação entre artesãos e entidades de fomento, que contribuiu para o fortalecimento do artesanato local e para o empoderamento dos artesãos de sisal. Outros grupos relevantes incluíram o de táticas comerciais, com foco em estratégias de mercado e redes de articulação, e o de design e inovação, que explorou efeitos cromáticos em oficinas de tingimento. Por outro lado, os códigos relacionados ao patrimônio imaterial e à estruturação empresarial apresentaram menor representatividade. A distribuição desses focos de atuação encontra-se consolidada na nuvem do quadro 10.

Quadro 10 - Nuvem de frequência Curití 2018.



Fonte: Elaborado pelo autor

No ano de 2019, tanto em Guacamayas quanto em Curití, os documentos analisados receberam o título *Memórias do Ofício*. No caso de Guacamayas, a publicação elaborada por Rodríguez *et al.* (2019) identificou que o foco principal esteve voltado ao patrimônio imaterial associado ao artesanato, como evidenciado na nuvem de frequência apresentada no quadro 11. Os códigos mais recorrentes referem-se à tradição artesanal, ao patrimônio cultural e à transmissão intergeracional, seguidos pelo grupo de processos de produção, que aborda as técnicas e habilidades

dos artesãos, ilustradas no documento por meio de imagens do processo e do produto final.

Quadro 11 - Nuvem de frequência Guacamayas 2019.



Fonte: Elaborado pelo autor

No caso de Curití, o material elaborado por Rodríguez *et al.* (2019) destacou as habilidades dos artesãos e o desenvolvimento do artesanato local, com ênfase em códigos vinculados aos grupos de design e inovação e de processos de produção, os quais evidenciam as técnicas empregadas. Outros grupos, como o de táticas comerciais, voltado à pesquisa de mercados, e o de fortalecimento e conservação do patrimônio imaterial, apresentaram menor relevância. Essa distribuição pode ser observada no quadro 12.

Em Guacamayas, o grupo de promoção também manteve forte presença, enquanto em Curití sobressaiu o grupo de conexão entre artesãos e entidades de fomento.

Em 2021, apesar do avanço das brigadas de vacinação e da previsão de um retorno gradual aos territórios para o acompanhamento presencial, isso se mostrou inviável na prática. Assim, os trabalhos de assessoramento permaneceram em formato remoto, e tanto os relatórios quanto as nuvens de frequência continuaram a abordar temas relacionados às competências digitais e à conjuntura social. No caso de Guacamayas, o relatório final (Martínez *et al.*, 2021) destacou três eixos principais que estruturam os grupos identificados nas nuvens de frequência: produção e qualidade, com ênfase em custos e tempos de produção; design e desenvolvimento de produto, envolvendo tendências e metodologias de co-design; e comercialização, voltada ao marketing, promoção e participação em feiras. A nuvem de frequência reflete essa estratégia, apresentando uma distribuição equilibrada de códigos entre os grupos, com destaque para o desenvolvimento de produto, pertencente ao grupo de design e inovação, conforme ilustrado no quadro 15.

Quadro 15 - Nuvem de frequência Guacamayas 2021.



Fonte: Elaborado pelo autor

O relatório de 2021 para Curití (Flórez, 2021) destacou a estratégia comercial “Rota de Reativação Econômica para o Setor Artesanal”, que incluiu seis feiras e exposições realizadas entre agosto e novembro. Com foco na comercialização, o trabalho com os artesãos foi estruturado em três fases: investigação de produtos com potencial comercial como ponto de partida; desenvolvimento de produtos com base em metodologias de co-design e tendências de mercado; e acompanhamento produtivo, abrangendo desde a obtenção da matéria-prima até a venda ou envio do produto final.

A nuvem de frequência de 2021 (ver quadro 16) aponta equilíbrio entre a maioria dos grupos, com exceção daqueles que sustentaram a referida estratégia: o grupo de táticas comerciais, com vários códigos relacionados à participação em mercados; o grupo de conexão entre artesãos e entidades de fomento, que evidenciou maior colaboração com os artesãos; e o grupo de design e inovação, que permaneceu em destaque, especialmente no desenvolvimento de produto.

Quadro 16 - Nuvem de frequência Curití 2021.



Fonte: Elaborado pelo autor

Em 2022, a Artesanías de Colombia implementou o projeto “Melhoria e Geração de Oportunidades Comerciais – 20 Comunidades”, que incluiu, entre outros, os territórios de Curití e Guacamayas. O relatório final referente à iniciativa (Poblador et al., 2022), único para todas as regiões participantes, apresenta generalidades sobre

as comunidades envolvidas e destaca, em seções específicas, as particularidades de cada saber artesanal. O documento também evidencia similaridades nas nuvens de frequência geradas, indicando padrões recorrentes entre os territórios.

Durante esse ano, foram realizadas assessorias para capacitar artesãos em eventos, exibição, curadoria de produtos e tendências, visando a participação dos artesãos em oito feiras programadas para a comercialização dos produtos. O projeto também incentivou o uso de canais digitais, aproveitando oportunidades deixadas pela pandemia, e forneceu diretrizes para preservar a identidade cultural e territorial do artesanato. Ressaltou-se a importância de respeitar a linguagem técnica e cultural de cada comunidade, considerando o contexto local, com suas limitações e facilidades para o desenvolvimento artesanal.

Em Guacamayas, 48 artesãos participaram de capacitações e oficinas voltadas para vitrinismo, desenvolvimento de catálogos digitais e fotografia de produtos em estúdio caseiro, atividades vinculadas ao grupo de promoção. Além disso, adotou-se o cobre como material alternativo na confecção das cestas, o que exigiu adaptações técnicas devido à sua dureza. Essas mudanças estão associadas aos códigos de desenvolvimento de produto do grupo de design e inovação. A distribuição de frequência apresentada no quadro 17 evidencia essas ações.

Quadro 17 - Nuvem de frequência Guacamayas 2022.



Fonte: Elaborado pelo autor

De forma semelhante, em Curitiba, trabalhou-se com um único grupo formado por diversos artesãos que desempenham diferentes funções no processo de fabricação das peças. O acompanhamento realizado pela equipe concentrou-se na participação em eventos feriais e na proposição de linhas distintas de produtos — coloridos e neutros — para atender às tendências comerciais. A nuvem de frequência resultante está disponível no quadro 18.

Quadro 18 - Nuvem de frequência Curitiba 2022.



Fonte: Elaborado pelo autor

De maneira geral, o trabalho da Artesanías de Colombia com as comunidades artesanais, incluindo Curitiba e Guacamayas, abordadas nesta pesquisa, tem sido consistente e alinhado aos principais objetivos da organização: fortalecer a atividade artesanal e promover o desenvolvimento econômico dos territórios dedicados a esse ofício, com especial atenção à conservação do patrimônio e dos conhecimentos ancestrais envolvidos na fabricação dos produtos. Por isso, a maioria das nuvens de frequência apresenta códigos e grupos semelhantes, com variações de acordo com as necessidades identificadas nos diagnósticos iniciais de cada território. Em todos os relatórios, é constante a importância do desenvolvimento de produtos e da inovação, alinhados às tendências comerciais. No entanto, observam-se diferenças em outras atividades conforme o período do acompanhamento. Nos primeiros anos, destacou-

se a urgência em formalizar o trabalho colaborativo por meio de associações legalmente constituídas e planos de negócios, visando melhor apropriação de recursos governamentais. Durante a pandemia, os esforços se concentraram na adaptação ao novo contexto, com o distanciamento físico e a virtualidade como protagonistas. Nos anos seguintes, a reativação econômica foi enfatizada, tanto na modalidade presencial, com eventos e exposições, quanto na virtual, aproveitando as ferramentas adquiridas durante a pandemia, com a intenção de tornar o contato virtual com os consumidores uma prática constante.

3.5 Espaços de exposição e comercialização para o artesanato de tradição colombiano.

Com o objetivo de compreender melhor o cenário comercial e de exposição enfrentado pelos artesãos na Colômbia, bem como as possibilidades oferecidas por instituições como a própria Artesanías de Colombia, apresenta-se a seguir um levantamento que reúne trechos de informações já discutidas, além de dados complementares que permitem uma visão mais abrangente do tema.

Como mencionado anteriormente, em nível institucional, a Artesanías de Colombia tem entre suas finalidades a promoção, divulgação e comercialização de produtos artesanais que contribuam para o fortalecimento da entidade e do setor artesanal no país, além de ampliar seu reconhecimento nacional e internacional. Seus estatutos preveem o desenvolvimento de estratégias comerciais, bem como a criação e gestão de centros artesanais, estabelecimentos comerciais e sedes de formação voltadas à promoção e qualificação do setor (Artesanías de Colombia, 2023a).

Nesse sentido, destacam-se quatro espaços comerciais da entidade: dois em Bogotá – a loja *Las Aguas*, no centro da capital, e a loja localizada na conhecida Rua dos Antiquários; uma loja no centro histórico de Cartagena – cidade de grande relevância turística – e outra em Zipaquirá, município reconhecido pelo legado dos povos originários *Muisca*s e pela Catedral de Sal. A figura 25 apresenta esses espaços comerciais no território colombiano.

Figura 25 - Espaços comerciais da Artesanías de Colombia.



Fonte: Elaborado pelo autor com base em Siart - (Artesanías de Colombia, [s.d.])

De forma semelhante, em 1991 foi criada, em Bogotá, a feira Expoartesanías, com o objetivo de promover a comercialização, a divulgação e o fomento do artesanato e das comunidades produtoras. Além de ampliar a visibilidade e a valorização do setor, a feira busca acompanhar os artesãos na melhoria dos processos produtivos e na adequação dos produtos ao mercado consumidor. Realizada anualmente nas primeiras semanas de dezembro, a Expoartesanías é atualmente considerada uma das principais vitrines comerciais da América Latina, reunindo cerca de 700 expositores nacionais e internacionais (Artesanías de Colombia, 2023c). Cada edição conta com a participação de um país convidado, responsável por apresentar seus produtos e expressões culturais.

De modo similar, em 2019 foi criada a feira Expoartesano, na cidade de Medellín. Embora tenha uma dimensão mais nacional e menor em escala, é igualmente relevante, compartilhando o mesmo objetivo de dinamizar a comercialização de produtos artesanais. Algumas características desses espaços de feira podem ser observadas na figura 26.

Figura 26 - Feiras Expoartesanías e Expoartesano da Artesanías de Colombia.



Fonte: Elaborado pelo autor com base em Siart - (Artesanías de Colombia, [s.d.])

Quando um artesão busca apoio da Artesanías de Colombia para desenvolver suas atividades, é realizada uma avaliação para verificar se o produto pode ser considerado artesanal. Os principais critérios adotados são a identidade e a expressão cultural do produto, além da origem do artesão (López; Navarro Hoyos; Navarro Hernández, 2019). Após essa etapa, e mediante acompanhamento contínuo da equipe da instituição, o artesão pode ser convidado a participar da vitrine própria da entidade nas feiras já mencionadas. Também é possível participar de forma independente, por meio do aluguel de estandes durante o evento. Em alguns casos, há subsídios oferecidos por entidades como prefeituras locais, dado que os custos de participação podem ser elevados, especialmente para artesãos iniciantes.

Independentemente da forma de participação, todos os artesãos devem passar por uma curadoria prévia conduzida pela Artesanías de Colombia, conforme edital que estabelece exigências mínimas de constituição. Após a aprovação, são emitidas as orientações de pagamento, que variam de acordo com a metragem do estande e sua localização — esquina ou corredor. O espaço expositivo conta com painéis divisórios sobre área carpetada, sinalização com o nome do expositor ou ateliê, mesa, duas cadeiras, iluminação geral, tomada com capacidade para até 2.000 watts e acesso ao

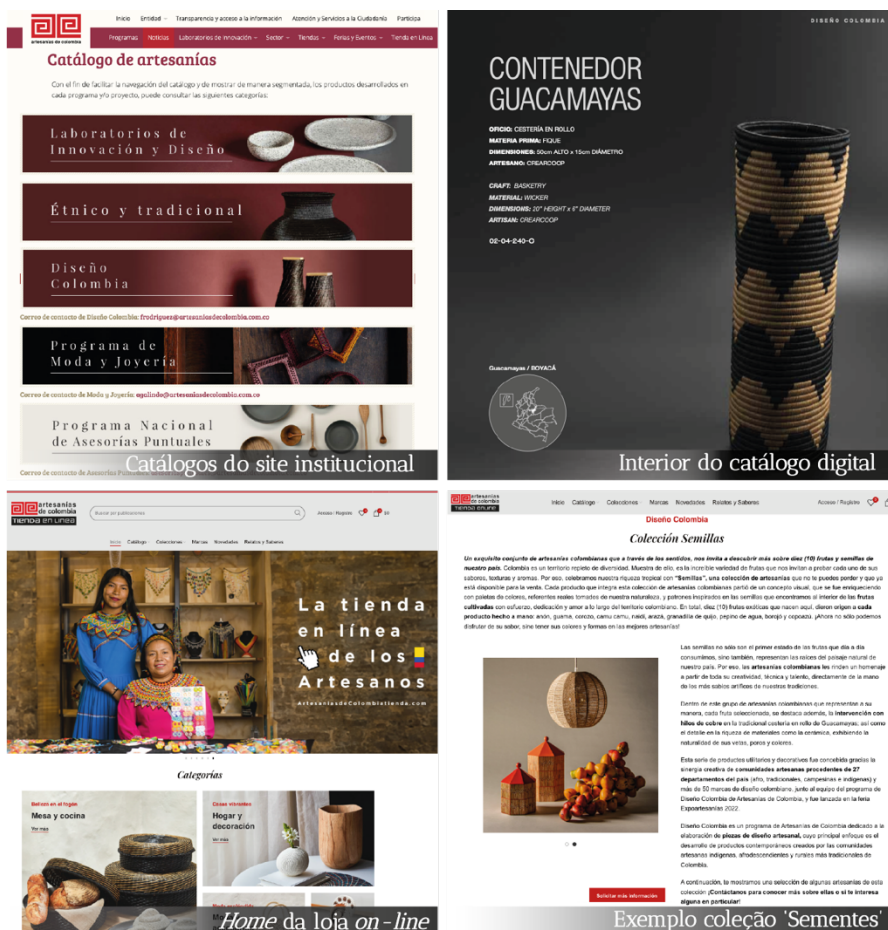
depósito geral do centro de exposições (Artesanías de Colombia S.A.-Bic; Centro Internacional de Negocios y Exposiciones – Corferias, 2023).

A participação em eventos desse tipo frequentemente apresenta dificuldades para os artesãos, sendo os requisitos rigorosos e os altos custos de participação os principais obstáculos (López; Navarro Hoyos; Navarro Hernández, 2019). Conforme mencionado na introdução, o levantamento sobre o estado do artesanato na Colômbia, realizado pelo Sistema de Informação Estatístico da Atividade Artesanal (Artesanías de Colombia, 2019a), revelou que apenas 27,9% das comunidades artesanais participam de feiras locais ou nacionais. Para os 72,1% que declararam não participar de eventos do tipo feira para comercializar seus produtos, os custos dos estandes e as exigências logísticas associadas constituem as principais barreiras. Além disso, 76,2% dos artesãos comercializam diretamente seus produtos, sobretudo em cidades e municípios periféricos.

Para comercializar os produtos, a Artesanías de Colombia também conta com plataformas digitais próprias, como seu site oficial, que reúne diversos catálogos de produtos artesanais acompanhados de contatos institucionais. Esses catálogos digitais destacam o ofício, a matéria-prima utilizada, o nome do artesão ou da associação, o território de origem e características como as dimensões (em espanhol e inglês), além de um código identificador.

O site também oferece um link para a loja online (*tienda en línea*), onde os catálogos estão organizados por categorias de produto — como mesa e cozinha, lar e decoração, ou moda e acessórios. Também estão disponíveis coleções temporárias, compostas por uma seleção de produtos de diferentes comunidades artesanais, acompanhadas de descrições que destacam as matérias-primas, os processos de fabricação, as comunidades envolvidas e os territórios de procedência. Além disso, é possível encontrar produtos disponíveis para compra imediata, acompanhados de uma breve descrição de sua composição, matérias-primas, etapas do processo produtivo e origem. Para esses itens, o site funciona como um marketplace tradicional. Exemplos do que foi descrito até aqui podem ser visualizados na figura 27.

Figura 27 - Plataformas digitais para a comercialização da Artesanías de Colombia.

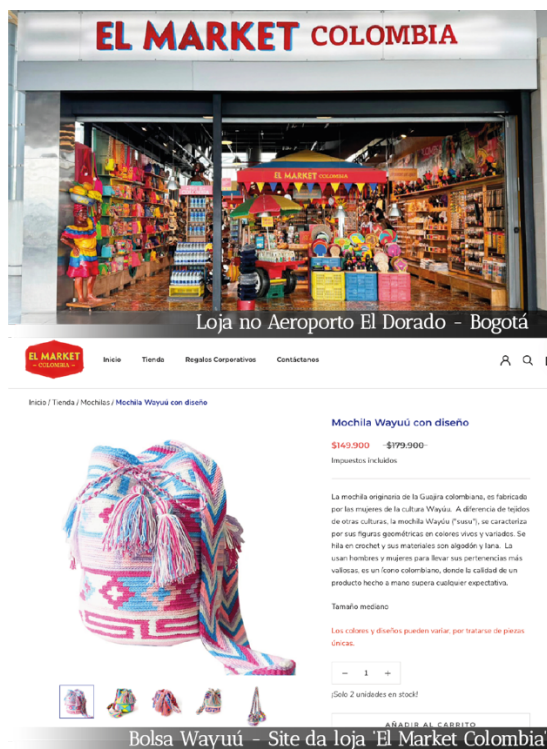


Fonte: Elaborado pelo autor com base em Artesanías de Colombia ([s.d.])

Além dos canais impulsionados pela Artesanías de Colombia, produtos artesanais também podem ser encontrados em estabelecimentos localizados nos principais aeroportos colombianos, como a loja *El Market – Colombia*, presente em dez cidades do país. Apenas no Aeroporto Internacional El Dorado, em Bogotá, a marca conta com sete pontos de venda, incluindo uma unidade no Duty Free. Com identidade 100% colombiana, a El Market – Colombia desenvolve e comercializa itens produzidos por talentos locais (El Market Colombia, 2021). Embora ofereça peças artesanais, suas lojas também reúnem uma variedade de produtos que se enquadram na categoria de souvenirs, como doces, cafés regionais, camisetas, chaveiros, ímãs, cadernos, entre outros.

A marca também dispõe de um site, onde é possível acessar todo o seu portfólio de produtos. No caso das peças artesanais, cada item vem acompanhado de uma breve descrição, indicando a matéria-prima utilizada, alguns dados sobre o artesão e sua cultura, a origem da peça e sua representatividade para os colombianos. Exemplos da loja, tanto física quanto virtual, podem ser vistos na figura 28.

Figura 28 - Loja física e virtual de El Market Colombia



Fonte: Elaborado pelo autor com base em El market Colombia ([s.d.]

Outra forma local de comercialização e exposição dos produtos artesanais são os eventos regionais, organizados em diferentes escalas. Alguns ocorrem em nível departamental, com incentivo das administrações locais, enquanto outros são de caráter mais restrito, realizados em datas comemorativas específicas dos territórios onde o artesanato é produzido ou em municípios vizinhos. Também existem eventos promovidos por organizações públicas ou privadas com o objetivo de divulgar produtos e serviços e fomentar parcerias entre diferentes atores. Entre essas instituições estão as câmaras de comércio regionais e as secretarias de desenvolvimento empresarial, que apoiam o empreendedorismo tanto no setor artesanal quanto em outras áreas, como gastronomia e agricultura. Um exemplo são as feiras multissetoriais promovidas pelo governo do departamento de Boyacá — equivalente a um estado no Brasil, com a participação do artesanato de Guacamayas, uma das comunidades de interesse desta pesquisa. A figura 29 apresenta a participação da cooperativa CREARCOOP na feira *Sugamuxi*, realizada em 2022.

Figura 29 - Feira multissetoriais Sugamuxi - 2022.



Fonte: Elaborado pelo autor com base em UACP – Gobernación de Boyacá (2022) e CREARCOOP Ltda (2022)

Por fim, destaca-se a comercialização das peças nos próprios territórios onde são fabricadas, em estreita relação com o fluxo turístico das regiões. Em pequenos municípios colombianos, é comum a presença de uma praça central que abriga o poder executivo (prefeitura) e a igreja principal, configurando-se como um espaço de grande circulação, especialmente aos finais de semana, quando habitantes das zonas rurais se deslocam para realizar compras. Esse entorno costuma concentrar o comércio local e, nos municípios com relevância artesanal, é frequente que os produtos sejam expostos e vendidos nesse mesmo espaço.

Nas duas comunidades analisadas neste estudo, observam-se estabelecimentos voltados à comercialização em torno das praças centrais. Em Guacamayas, território de menor porte, há três lojas — uma para cada agremiação artesanal. Embora não receba um fluxo turístico constante ao longo do ano, com maior movimento apenas em períodos específicos, como o final de ano, os relatos dos participantes das entrevistas indicam que Guacamayas tem sido cada vez mais incluída nos roteiros de agências de turismo. Esses roteiros, cujo destino principal é o Parque Nacional do Nevado do Cocuy — localizado no município de El Cocuy, a cerca de 13 km —, passaram a incorporar Guacamayas como ponto obrigatório de visita, inclusive com propostas de permanência prolongada voltadas à vivência da experiência “artesão por um dia”.

Já no caso de Curití, a dinâmica se diferencia, principalmente devido ao volume mais elevado de turistas, favorecido pela facilidade de acesso. O município está localizado em uma rodovia nacional que liga Bucaramanga, capital de Santander, a

Bogotá, capital da Colômbia. Além disso, está próximo de destinos voltados ao turismo de aventura e conta com atrativos próprios, como cachoeiras e cavernas que permitem a prática de espeleologia.

A área central de Curití reúne diversas lojas de produtos confeccionados com sisal, distribuídas tanto ao redor da praça quanto nas ruas adjacentes. Uma dessas vias leva à sede da empresa Ecofibras, integrante da associação ASTECUR (ver página 85), onde é possível realizar visitas guiadas que proporcionam um entendimento aprofundado da cadeia produtiva do sisal. A cultura em torno desse material é vivenciada com maior intensidade na região. A figura 30 a seguir ilustra aspectos dessa dinâmica local.

Figura 30 - Lojas de artesanato nas praças principais de Guacamayas e Curití.



Fonte: Elaborado pelo autor com base em Artesanias Frasilgo (2024) e Telarte Curití (2023).

Até aqui, buscou-se apresentar um panorama geral das principais dinâmicas comerciais às quais os artesãos colombianos recorrem para comercializar seus produtos. Entre essas dinâmicas, destacam-se negociações internas, como encomendas em maior quantidade para revenda em pontos turísticos de grande fluxo, ou pedidos especiais realizados por lojas de moda e acessórios. Nessas situações,

os próprios participantes das entrevistas – como se observa no item 3.6, *Análise das entrevistas semiestruturadas* – ressaltam a importância da presença em feiras, especialmente aquelas promovidas pela Artesanías de Colombia.

Além disso, por meio da descrição dos espaços comerciais — físicos ou virtuais — e com o apoio das imagens apresentadas, procurou-se evidenciar de que maneira as características materiais e os significados simbólicos, associados ao produto, são transmitidos aos consumidores.

Pensando especificamente nos espaços físicos de exposição, embora haja um desenvolvimento significativo de materiais audiovisuais sobre as comunidades artesanais, seus ofícios, os processos de elaboração e os territórios de origem — disponíveis tanto em canais institucionais, como o site da Artesanías de Colombia e seu canal no YouTube, quanto em perfis individuais dos artesãos em redes sociais — a infraestrutura dos grandes eventos comerciais ainda não contempla, em seus custos, a presença nem a adaptação de dispositivos adequados para exibição, como telas, projetores ou sistemas de som. Essa limitação leva o próprio artesão a assumir essa responsabilidade, incluindo a necessidade de prever o espaço físico adicional, o que pode elevar os custos do estande. Em eventos de menor porte, também devem ser consideradas as exigências logísticas de transporte e adaptação desses dispositivos para o uso imediato do material.

Cabe destacar que, embora existam iniciativas relevantes para o setor, como as descritas ao longo do texto, os próprios dados do Censo da Atividade Artesanal (Artesanías de Colombia, 2019a) revelam a baixa participação dos artesãos nesses circuitos. Essa situação é especialmente crítica entre aqueles que não conseguem se dedicar integralmente à atividade, o que compromete tanto a cobertura dos custos de acesso às plataformas comerciais descritas quanto a valorização e o pagamento justo pelos seus produtos.

3.6 Análise das entrevistas semiestruturadas

Nos meses de novembro e dezembro de 2023, foram realizadas entrevistas semiestruturadas nos territórios de Curití e Guacamayas. As entrevistas foram gravadas com o consentimento prévio dos participantes e, posteriormente, transcritas para análise. Seguindo o método de análise de conteúdo proposto por Bardin (2011), os dados foram codificados e agrupados com base na recorrência de códigos identificados nos relatos, com o apoio do software de análise qualitativa ATLAS.ti.

Os resultados foram organizados em três grandes eixos. **O primeiro** aborda as *curiosidades manifestadas pelos consumidores ao interagirem com o produto e com o artesão*, seja no momento da compra ou diante do interesse em realizá-la, buscando compreender quais características do produto ou de seu contexto de origem despertam questionamentos nesse contato. **O segundo** trata *das realidades da produção artesanal no território*, com ênfase nas dinâmicas de transação entre produtores de matéria-prima e artesãos da região. Por fim, **o terceiro** eixo concentra-se *na comercialização e divulgação*, analisando as estratégias e os canais mais utilizados — sejam pontos de venda físicos ou digitais — para promover e comercializar os produtos.

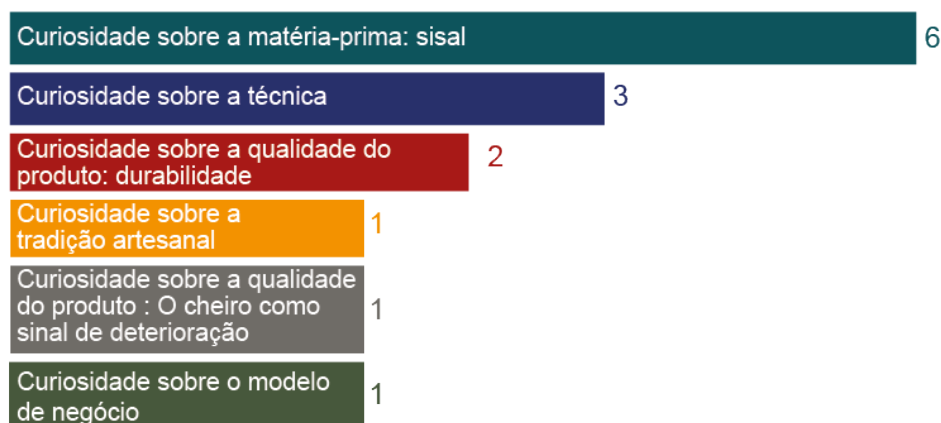
Essa estruturação permite identificar oportunidades e fragilidades, além de possibilitar comparações com outras fontes, contribuindo para delinear os requisitos da ferramenta digital proposta. Optou-se por apresentar, inicialmente, os dados referentes ao território de Curití, aplicando posteriormente o mesmo procedimento a Guacamayas, de modo que os contrastes entre ambos sejam evidenciados apenas ao final.

.3.6.1 Análise das entrevistas de Curití

Das interações com os consumidores: interesses e curiosidades.

Um dos principais interesses dos consumidores ao interagir com artesãos ou comerciantes de produtos feitos em sisal é, sem dúvida, a matéria-prima e suas características. Foram identificados seis códigos, dos quais três estão relacionados às qualidades do sisal, destacando-se a procedência da matéria-prima, a durabilidade do produto devido ao material e as propriedades organolépticas associadas a possíveis manifestações de deterioração. A maioria das intervenções concentra-se nesses aspectos. Os demais códigos refletem o interesse pela técnica de confecção manual, pela tradição artesanal e pelo modelo de negócio, como se pode observar na figura 31, que ilustra a distribuição desses temas.

Figura 31 - Principais interesses em Curitiba.

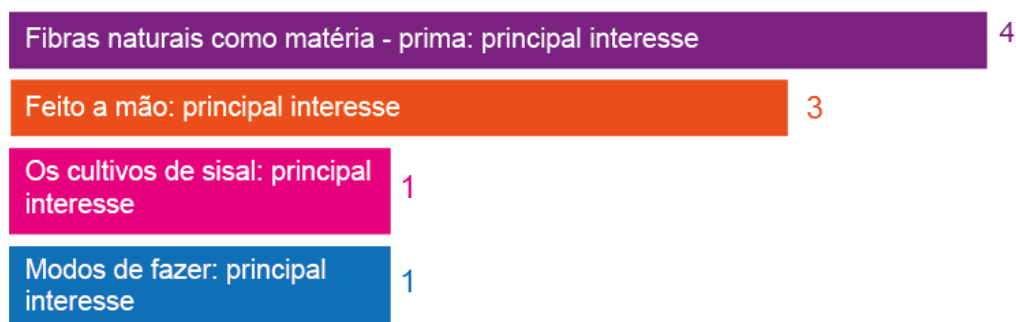


Fonte: Elaborado pelo autor

Também foram identificadas nas respostas interações com consumidores estrangeiros, nas quais, mais uma vez, as propriedades da matéria-prima se destacam como o principal interesse. Dois códigos foram contemplados a este respeito: características e versatilidade da matéria-prima, seguidos, com menor relevância, pelos códigos de design e qualidade do produto, e volume e rapidez de produção, sendo esse último considerado em relação a possíveis oportunidades de negócio para envios futuros.

Para reforçar os principais interesses manifestados pelos consumidores, ao final das entrevistas foi feita uma pergunta adicional: em geral, qual seria o aspecto de maior interesse? Isso ocorreu após a abordagem de temas como obtenção da matéria-prima, técnicas de produção, características do ofício e território, entre outros. Mais uma vez, os códigos relacionados à matéria-prima e sua procedência se destacaram, seguidos de perto pelo caráter “feito à mão” dos produtos ao longo da cadeia produtiva, desde a obtenção da fibra até a finalização da peça. A figura 32 detalha esses elementos.

Figura 32 - Principal atenção dos consumidores em geral.



Fonte: Elaborado pelo autor

Em contrapartida, buscou-se identificar os tópicos que despertavam menor interesse por parte dos consumidores. Nesse contexto, diante da dificuldade dos participantes em se posicionarem de forma clara, foi gerado um único código: baixa curiosidade pela história do artesão. Essa percepção pode ser ilustrada pela resposta da participante 1, de Curitiba:

Sim, às vezes, bom... eeeeh, sim, perguntam. Bom, nem todo mundo, porque nem todo mundo tem essa curiosidade, mas sim, já me perguntaram. E às vezes, quando minha mãe está aqui, como ela vem aqui, tece e tudo, então... Já tiraram fotos dela, né? Quando ela vende um produto, ai! Que com a artesã e tal, então é legal... cria como um vínculo, talvez até algo mais, uma empatia com o produto e com a pessoa que o fabricou (Participante 1 – Curitiba, 2023, tradução nossa).

Outros cenários que emergiram na relação com os consumidores e compõem seus interesses incluem o preço na dinâmica de negociação, o turismo vinculado ao artesanato como foco principal, mas também a visita a espaços naturais, como balneários, além da demanda por pedidos especiais de designers ou lojas de produtos exclusivos que terceirizam a fabricação de seus itens. A figura 33 apresenta os códigos resultantes e sua frequência.

Figura 33 - Outros cenários abordados pelos consumidores - Curitiba.



Fonte: Elaborado pelo autor

A questão do preço, sendo uma das principais motivações desta pesquisa, foi explorada com maior profundidade. Assim, foram questionados os motivos que poderiam levar as pessoas a reclamar do custo e, segundo a compreensão dos participantes, o que poderia melhorar a forma como os consumidores o enxergam. Entre as opiniões expressas está a da participante 4, que afirmou: “Sim, claro, sim, os produtos são caros, mas pelo próprio processo que têm. Então, as pessoas que os compram acham o preço justo quando já sabem e entendem o que tem por trás” (Participante 4 – Curitiba, 2023, tradução nossa). Já a participante 5 comentou:

Tem gente que diz: Ai, que é muito caro, que é muito custoso, apesar de que é aqui na fábrica e tal, mas o que eu digo então, a gente explica para eles e tal, e tem gente, tem clientes que valorizam, e sabem que o artesanato é algo que não deveria pedir desconto, porque tem muito trabalho (Participante 5 – Curitiba, 2023, tradução nossa).

Nesse sentido, foram levantadas opiniões que poderiam contribuir para a percepção do produto em relação ao seu preço, resultando em dois códigos principais: a comunicação sobre a dedicação e o trabalho necessários para desenvolver um produto e a comunicação mais detalhada sobre a matéria-prima, como pode ser observado na figura 34.

Figura 34 - Tópicos para a valorização dos produtos – Curitiba.



Fonte: Elaborado pelo autor

Finalmente, o último ponto sobre as interlocuções com os consumidores recai nas sugestões que estes podem fazer em relação ao próprio produto. Modificações de tamanho, cor, combinação de cores, entre outros, são atendidas pelos artesãos, representadas nesta análise pelo código: Customização – principal sugestão do consumidor. O relato da participante 7 confirma essa premissa:

É, então, as sugestões são mais que tudo sobre os designs, tamanhos ou design, combinações de cores. Sim, isso é, é... nós temos uma cartela de cores com mais de 70 cores, então qualquer produto pode ser pedido nessas cores, podem ser combinados. Não tem que ser sempre vendido exatamente como a gente faz o produto inicial, mas sim que dá para fazer as modificações que o cliente quiser (Participante 7 – Curitiba, 2023, tradução nossa).

Realidades da produção artesanal: Conexões com o território de Curitiba

O segundo grande cenário que permitiu a síntese dos relatos dos participantes teve como premissa entender o território de Curitiba. O espaço físico, que com suas particularidades permite o desenvolvimento do artesanato de sisal, e a trajetória do seu povo que constitui uma cultura a partir das transações envolvidas. Da mesma forma, buscou-se identificar como os artesãos de Curitiba conseguem responder às demandas dos visitantes e consumidores que se sentem atraídos pela cultura artesanal desta comunidade.

Assim, foram identificados pontos de conexão com o fazer artesanal por meio de códigos que, apesar de pequenas nuances entre si, reforçam o reconhecimento de Curití como território pioneiro na extração e transformação do sisal na Colômbia. Nos relatos, destacam-se as mudanças no uso dessa fibra – como a fabricação de sacas para o transporte de diversos produtos agrícolas – e as conexões com os antepassados indígenas da região. Esse aspecto é sugerido pelas participantes 2 e 5, conforme apresentado a seguir:

Tudo isso começou por um procedimento, digamos, como o saco. Oh, também chamam de sacas, por exemplo, que é onde estão, digamos, as batatas, tudo isso... E, bom, assim começou, começou foi assim, nada mais nisso. Logo já se inventou, digamos, que tirar o sisal para começar a processar a tecelagem. Mhm (sic), sim, que já foi, digamos, tecendo como tapetes, por exemplo, como esses. Já das sacas passou para os tapetes e depois, eh, passou para o que se faz em crochê normal, com uma agulha, que é tudo manual, que a gente faz, digamos, bolsas, tudo que é de duas agulhas, digamos. Disso, há diferentes tecidos e isso, digamos, é o comercial (Participante 2 – Curití, 2023, tradução nossa).

Sempre perguntam: e isso é originário daqui? Aqui, por que se vê tanto sisal? Então, tem que explicar para eles que todos os nossos artesanatos, mesmo que vejam em outro lugar, são feitos aqui, porque no nível do país vão ver artesanatos – uma bolsa ou uma mochila, uma alpargata, qualquer coisa se vê, um individual feito em sisal se vê – e realmente a origem é aqui, em Curití, porque o mesmo, o mesmo nome do nosso povo indica, Curití, no idioma Guane, significa povo de tecedores (Participante 5 – Curití, 2023, tradução nossa).

Outro aspecto apontado foi o relacionamento dentro da própria comunidade, onde, mesmo sem a necessidade de estarem formalmente associados, o fato de serem oriundos do mesmo território favorece a aproximação e a parceria entre os fornecedores de fibra natural ou processada já tingida e os próprios tecedores, como bem o diz a participante 1:

Pois já é como um contato muito familiar, porque, bem, a gente no povo todo mundo se conhece [...], às vezes a gente vai, tipo, olhar que cores tem e tudo isso, mas tem momentos em que tenho pedidos, então o que eu faço é, às vezes, ligar para a senhora XXXX ou a senhora YYYY: “Por favor, preciso de tal cor porque tenho pedidos.” Aí elas respondem: “Ah, sim, ..., ainda não tenho, mas em uma semana eu consigo para você” (Participante 5 – Curití, 2023, tradução nossa).

Essas conexões não apenas viabilizam a manufatura dos produtos, mas também fortalecem o reconhecimento de Curití como um território de artesãos do sisal. A frequência destes códigos pode ser vista na figura 35.

Figura 35 - Conexões com o território - Curití.



Fonte: Elaborado pelo autor

Claramente, o sisal, tanto como cultivo quanto como matéria-prima principal dos produtos fabricados em Curití, desempenha um papel importante no imaginário da comunidade, o que o torna um elemento-chave desta pesquisa. Por isso, procurou-se aprofundar nas formas de obtenção da matéria-prima e nas dinâmicas relacionadas ao trabalho a partir dela.

Dessa análise, identificaram-se cinco códigos que podem ser agrupados no processo de cultivo e desfibramento natural, no qual a maioria concordou que era realizado na área rural do território. Também está o processo de fiação, que gerou dois códigos, pois pode ser realizado em fiadeira de pedal ou elétrica – independentemente do tipo de fiadeira utilizada, a intervenção manual é sempre necessária para controlar a espessura da linha resultante.

Por fim, os dois últimos códigos tratam sobre a aquisição da linha: a maioria dos participantes declarou comprá-la diretamente dos fornecedores, enquanto apenas um mencionou recorrer a um intermediário. A distribuição desses códigos está representada na figura 36.

Figura 36 - Obtenção da matéria-Prima - Curití.



Fonte: Elaborado pelo autor

Já em relação às técnicas de transformação utilizadas na elaboração dos produtos, foram mencionadas oito formas de tecelagem: crochê; *abanico* (variação do crochê); tricô; tear; macramê; *tafetán* (sistema de tecelagem voltado à produção de mobiliário); engomado; e recozido — este último caracterizado pela costura de uma linha fina de sisal em torno de um cordão mais robusto, conferindo estrutura à peça. Além disso, foi mencionado o tingimento, uma vez que uma das participantes fia e prepara as cores do próprio sisal.

Além disso, a maioria dos participantes relatou utilizar diferentes abordagens. Algumas são totalmente manuais, como crochê, tricô e macramê, enquanto outras, embora também manuais, envolvem dispositivos rudimentares, como os teares horizontal e vertical, para a troca de cores da linha e a criação de desenhos. Também foram apontadas algumas inovações, como o uso de colas e aditivos químicos para conferir rigidez à linha em diferentes formatos, além da incursão no desenvolvimento de móveis com técnicas como o “*tafetán*”, em que a estrutura do próprio móvel é aproveitada como moldura para tecer assentos ou encostos, conforme relatado pelo participante 8:

Se você me perguntasse sobre móveis, que é uma das coisas que, bem, utilizamos, digamos, né? O tafetán, mais que tudo, tafetán simples, tafetán duplo e diferentes desenhos que a gente, digamos, começa a idealizar à medida que vai avançando. Quando a gente começa, normalmente, só vai fazendo o de linhas. Por quê? Porque não dá para mais, é o básico. Mas depois, com o tempo, a gente começa a olhar, ver possibilidades e e começa a buscar diferentes desenhos [...] (Participante 8 – Curití, 2023, tradução nossa).

Para complementar a discussão sobre as técnicas de transformação, perguntou-se como os participantes adquiriram o conhecimento e as habilidades para

trabalhar com o sisal. Embora as respostas tenham sido variadas, duas pessoas afirmaram ter aprendido na escola, outra disse que o comércio local despertou seu interesse em aprender por conta própria. Ainda assim, a grande maioria concordou que se trata de um legado familiar — sendo esse o código mais recorrente. O relato do participante 6 permite compreender melhor a presença dessa atividade no imaginário da região:

Na casa, era o trabalho da família, porque por aqui se fazia o tempo todo, se trabalhou com o sisal, pois por aqui toda a família curiteña tinha seus teares, sua fiadeira na casa, era uma oficina familiar, então todo mundo, desde que éramos pequeninhos, começávamos a fazer ovilinhos, a fazer as bobinas, tudo isso os primeiros trabalhos do sisal (Participante 6 – Curitiba, 2023, tradução nossa).

Os produtos desenvolvidos com as técnicas mencionadas são bastante variados. Foram citados itens como bolsas, carteiras, tapetes e mobiliário, mas chama atenção o fato de que muitos participantes conseguem agrupar esses itens em duas categorias principais, o que resultou nos seguintes códigos: a **linha de moda**, composta por bolsas, chapéus, calçados e acessórios — principalmente femininos — ; e a **linha do lar**, que abrange produtos voltados para diferentes ambientes da casa, incluindo espaços de serviços como hotéis e restaurantes. Essa classificação por linhas de produto pode ser observada nas palavras da participante 1:

Dentro da linha de lar, temos tapetes individuais, porta-copos, apliques decorativos para o lar, temos recipientes, que agora há uma grande variedade de recipientes, vasos, bacias, enfim, uma infinidade [...] Na linha de moda, temos calçados, calçados muito bonitos, que estão na outra loja, temos bolsas, tenho bolsas de muitos designs, porque há grandes e pequenas, para meninas, para adultos, e, bom, tenho acessórios, que são colares, tenho brincos, tenho aqui nesta seção tiaras, faixas, grampos, apliques para bolsas, pulseiras também (Participante 1 – Curitiba, 2023, tradução nossa).

Aqui também se tentou identificar o tipo de produto mais vendido, mas, devido à grande variedade de opções e às temporadas, foi difícil encontrar um padrão. O único ponto em comum entre alguns participantes foi que, devido ao tempo de resguardo durante a pandemia de COVID-19, houve um aumento na comercialização de artigos para o lar por meio de contato digital e enviados via correios.

Mostrar para vender: a divulgação e comercialização dos produtos de Curitiba.

Este último tópico buscou analisar os cenários comerciais e de exposição com os quais os artesãos estão familiarizados, tanto dentro quanto fora do território de Curitiba,

e se, nesse processo, utilizam plataformas digitais, se já estão habituados ao uso dessas ferramentas, se enfrentam dificuldades ou desconfianças, entre outros aspectos.

Para começar, foram identificados nove códigos que refletem as opiniões dos participantes sobre os meios de comercialização. Os dois primeiros códigos dizem respeito às oportunidades de venda proporcionadas pelo turismo, diretamente ligadas às vendas em pontos físicos, fábricas e lojas. Esses foram os meios mais mencionados, considerando que o território de Curití está próximo de dois destinos turísticos de grande movimento: o Cânion do *Chicamocha*, uma formação geográfica que abriga um parque nacional bastante visitado, e o município de San Gil, conhecido como a capital dos esportes radicais. Além disso, Curití possui seus próprios atrativos turísticos. Assim, sua localização estratégica, aliada a uma rodovia nacional de intenso tráfego, facilita sua inclusão como ponto de interesse artesanal e cultural na maioria dos roteiros turísticos da região. Assim o comenta a participante 3:

O turismo sim!, mas, sobretudo, também nos ajuda muito, é este, a localização, é que eu estar sobre esta via principal, sobre de Bucaramanga a Bogotá, já, ajuda muitíssimo porque... Por exemplo, o Vale de San José, eh, lá cresceram várias empresas, em Mogotes várias empresas em, ehh, artesanais assim do que era de sisal, calçado, tudo isso... Mas, pois, não têm a localização, aqui de pertinho, eh, aqui a San Gil, a Barichara, já pelo menos levar turistas a Mogotes era complicado, e lá havia uma cooperativa muito grande e muito bonita, fazia um produto muito [...] faziam todo o processo do sisal, tinham associados e tudo isso, mas foram acabando porque, pois, não vendiam (Participante 3 – Curití, 2023, tradução nossa).

Os três códigos seguintes, que foram mencionados com maior frequência, são: venda por encomenda, venda pelo WhatsApp e por plataformas digitais. Em todos os casos, seja o contato virtual ou presencial em uma visita prévia, o produto é enviado posteriormente. Muitas vezes, há pedidos de modificação, e o item é produzido sob demanda e enviado via correios, como sugere a participante 1 ao afirmar: “Também dou a opção aos clientes de que se envie a qualquer parte do país, então, pois eles vêm, conhecem, se de pronto no momento não tem a disponibilidade do produto, se lhes elabora sob pedido personalizado” (Participante 1 – Curití, 2023, tradução nossa).

Os códigos restantes, menos frequentes, abrangem cenários comerciais como terceirização, transações por indicação ou referência, baseadas no reconhecimento da marca e de seus produtos. Incluem também os eventos nacionais, que se conectam às vendas por encomenda, pois esses eventos funcionam principalmente como

plataformas de promoção e networking – aspecto abordado mais adiante. A figura 37 a seguir apresenta os códigos resultantes e sua frequência.

Figura 37 - Principais meios de comercialização - Curitiba.



Fonte: Elaborado pelo autor

Além dos cenários comerciais, foram identificadas estratégias de comercialização já em funcionamento ou em processo de implementação, com base nas percepções dos participantes sobre os consumidores. O código mais repetido foi a declaração de “feito à mão”, mencionada por todos os entrevistados como um dos principais diferenciais de seus produtos. Dois códigos surgiram em relação às mídias sociais. O primeiro, devido à cobrança de clientes sobre o uso de plataformas como o Instagram, levando os vendedores a considerar a implementação dessas mídias como uma estratégia para as vendas. O segundo código referiu-se aos participantes que destacaram a relevância das mídias sociais para a comercialização, mencionando que as utilizam há tempo e que foi por meio dessas plataformas que iniciaram suas atividades comerciais, especialmente durante a pandemia de COVID-19. Como afirmou a participante 7:

Pois, realmente que sim, foi o melhor que poderia ter aparecido, porque eu iniciei o negócio foi na pandemia, então a primeira coisa que eu tive foi uma página no Instagram e já, pois depois de um ano foi que eu comecei com o ponto físico e tudo o demais, mas inicialmente o negócio foi pelas redes sociais, Facebook, Instagram, mas eu mais que tudo o Instagram sim (Participante 7 – Curitiba, 2023, tradução nossa).

Os demais códigos sobre as estratégias de comercialização, que receberam menos destaque entre os participantes, envolvem a inovação dos produtos, a produção constante de novidades, o contato físico com o produto para perceber suas características e resistência, a demonstração do processo de fabricação e das técnicas de tecelagem, além do compartilhamento da tradição e cultura com visitantes interessados em revender os produtos artesanais fora de Curitiba. A distribuição total dos códigos pode ser observada na figura 38.

Figura 38 - Estratégias de comercialização - Curitiba.



Fonte: Elaborado pelo autor

Agora, sobre os espaços de exposição, os participantes se concentraram em dois itens principais. O primeiro e mais mencionado faz referência aos eventos e feiras de artesanato, especialmente *Expoartesanías* em Bogotá, evento patrocinado pela Artesanías de Colombia, e considerado como uma grande vitrine de divulgação, como é destacado pela participante 9:

Eu trabalho com Artesanías da Colômbia, te dá a oportunidade de se apresentar lá para levar as amostras, isso é em dezembro, e lá, pois aí chega, é o ponto de onde vêm os estrangeiros, e aí a gente consegue os clientes [...] uma vez que, digamos, te emprestam a vitrine em Bogotá. Eh, e você pode expor as coisas lá, mas o que se trata é de ter um empurrão para isso (Participante 9 – Curitiba, 2023, tradução nossa).

Em segundo lugar, embora mencionado com menos frequência, destacou-se o uso de meios digitais para divulgação, que, como citado anteriormente, também são utilizados para contato com o cliente e fechamento de vendas. A participante 1 comentou: "Me perguntam se temos página, pois nós temos Instagram, temos

Facebook, subimos às vezes publicações, mas, pois, eu sempre deixo claro para um contato mais direto pelo WhatsApp” (Participante 1 – Curitiba, 2023, tradução nossa).

Para finalizar, foi questionado sobre os desafios que artesãos e comerciantes enfrentam na venda de seus produtos. Além disso, surgiram outras barreiras, como a escassez de matéria-prima devido ao aumento da demanda em certas temporadas.

Uma das dificuldades identificadas foi a resistência às plataformas digitais. Duas participantes mencionaram que, no momento, sites não são prioridade devido à falta de tempo, já que a produção dos produtos exige grande dedicação. Também foi destacada a falta de conhecimento sobre essas plataformas de venda. Outro ponto mencionado foi a resistência em comunicar a própria trajetória, pois há um certo desconforto em repeti-la várias vezes.

Em relação aos clientes estrangeiros, uma das dificuldades apontadas foi a limitação de bagagem, identificando o volume e o peso do produto como barreiras de consumo. A figura 39 evidencia a distribuição desses códigos.

Figura 39 - Barreiras identificadas - Curitiba.



Fonte: Elaborado pelo autor

Para concluir a análise sobre o território de Curitiba, foi elaborada a figura 40, apresentada a seguir, que destaca os tópicos que, ao longo dos relatos dos participantes, ganharam maior relevância, associando-os a cada um dos três campos mencionados.

Figura 40 - Destaques em Curití.



Fonte: Elaborado pelo autor

3.6.2 Análise das entrevistas de Guacamayas.

De forma semelhante, as entrevistas realizadas no território de Guacamayas foram submetidas ao mesmo processo de análise. Apesar de terem gerado agrupamentos próprios, os dados se organizaram de acordo com os mesmos três eixos identificados em Curití: (1) curiosidades manifestadas pelos consumidores ao interagirem com o produto e com o artesão; (2) realidades da produção artesanal local; e (3) estratégias de comercialização e divulgação dos produtos.

Das interações com os consumidores: Interesses e curiosidades.

A cestaria em rolo, nome atribuído tanto aos produtos quanto à técnica utilizada pelos artesãos de Guacamayas, destaca-se pela combinação de cores em padrões e formas chamativas. Esse aspecto constitui o principal ponto de interesse percebido pelos participantes em relação aos consumidores, sendo a "curiosidade pela técnica" o código mais recorrente nos relatos. A curiosidade sobre a tradição artesanal aparece

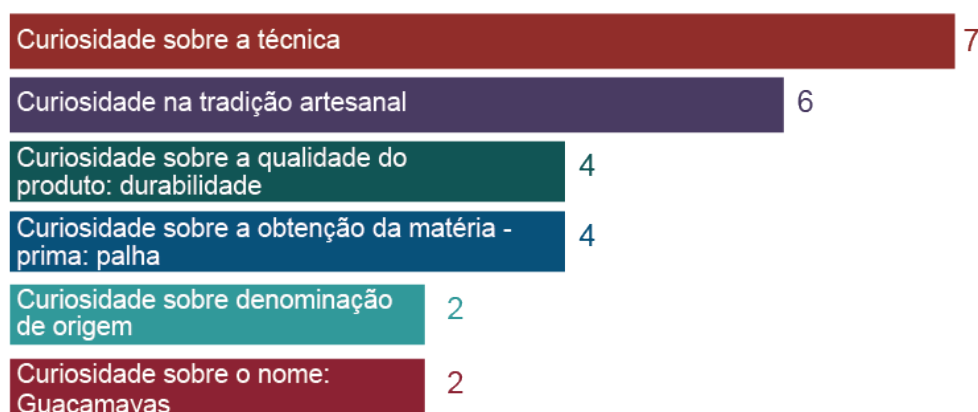
como o segundo código mais citado, como relata a participante 6, que já foi questionada sobre o tema em eventos nacionais e por turistas no próprio território.

Sim..., nas feiras e aqui o turista sempre vê a gente trabalhar, então dizem, e você onde aprendeu? E isso causa essa curiosidade ou vêm de repente pessoas mais jovens aqui, então ai! tão pequenininhos e sabem trabalhar, sabem tecer, então a gente explica que também aqui no povoado tem um projeto de transferência geracional, então na escola as crianças têm que ir trabalhando e fazendo para que não acabe a tradição (Participante 6 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Em seguida, foram identificados os códigos sobre a curiosidade pela durabilidade do produto e pela obtenção da matéria-prima — a palha. Esses códigos estão interligados, pois os participantes foram questionados sobre a palha, que é uma gramínea, um tipo de grama, com até 1,5 metro de altura, e poderia indicar fragilidade no produto. Além disso, a palha cresce principalmente em ecossistemas sensíveis, o que desperta também a curiosidade sobre o impacto ambiental que poderia causar.

Os últimos dois códigos, que tiveram menor frequência de menção, foram a curiosidade pela denominação de origem — que, como explicado anteriormente, é uma distinção atribuída a produtos provenientes de territórios de tradição artesanal, reconhecidos pela Superintendência de Indústria e Comércio em conjunto com a Artesanías de Colombia, o que garante sua originalidade e procedência — e, finalmente, a curiosidade pelo nome do município, Guacamayas, que em português faz referência às araras. Alguns participantes relataram que turistas já perguntaram onde estavam as araras, embora o território não tenha sido nomeado por causa da presença desse animal. A distribuição de frequências desses códigos pode ser vista na figura 41.

Figura 41 - Principais interesses em Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação aos estrangeiros, no caso de Guacamayas, foram identificados dois principais pontos de interesse. O primeiro diz respeito às características da matéria-prima, com foco na legalidade. Por se tratar de fibras naturais, especialmente a palha, que cresce em ecossistemas de páramo¹⁴ e pode ter seu uso controlado, eles questionam se há as devidas permissões para evitar problemas ao viajar com os produtos. O segundo ponto de interesse está nas características sensoriais, como as cores vibrantes, a suavidade ao toque e o cheiro, conforme destaca a participante 2.

A curiosidade deles é, ah, o, o quão suave é o artesanato [...], eles acham que talvez vão se espetar ou se cortar com alguma coisa, então é como a curiosidade, diferente das outras pessoas que vêm, e o cheiro, porque para eles o cheiro, desde que seja algo bom e diferente, chama atenção (Participante 2 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

No caso de Guacamayas, ao aprofundar nos maiores interesses dos consumidores sob a perspectiva dos participantes do estudo, apenas dois deles fizeram comentários diretos sobre o tema, gerando os códigos “autenticidade–interesse principal” e “fibras naturais como matéria-prima–interesse principal”. O primeiro faz referência a pessoas que entendem Guacamayas como um território de produção artesanal e, por isso, buscam artesanato autêntico da região. O segundo está relacionado ao próprio produto, destacando sua constituição de fibras naturais.

¹⁴ Os páramos são ecossistemas de alta montanha considerados estratégicos devido à sua grande diversidade e aos serviços de provisão e regulação hídrica que oferecem à população colombiana. Esses ecossistemas apresentam condições climáticas extremas que os tornam particulares, entre elas: ventos fortes, baixa pressão atmosférica, menores pressões parciais de oxigênio e dióxido de carbono, além de um regime isotérmico anual (Sarmiento; León, 2015).

Um aspecto que chamou atenção durante as entrevistas em Guacamayas foi a tendência, observada na maioria dos participantes, de descrever detalhadamente o processo de fabricação do produto. Isso levou à criação de um novo grupo de análise, especificamente voltado para a descrição do uso da matéria-prima no processo, gerando os códigos relacionados ao uso do sisal e da palha na fabricação, conforme ilustrado na figura 42.

Figura 42 - Descrição do uso da matéria-prima - Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

Um exemplo desse tipo de descrição está no relato da participante 3: “Não em fios, sim, sim senhor, são fios. Os fios se enfiam numa agulhinha, vem assim, isso vem em rama, é natural, tirado assim, que vem assim com pinta, e se faz assim em fios para poder trabalhar” (Participante 3 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Também, ao indagar, em contrapartida, sobre aspectos de pouco interesse, apenas uma resposta foi obtida diretamente, relatando que, no próprio território, há baixa curiosidade pela história do artesão. Esse tipo de interesse se manifesta mais em eventos de artesanato, como aponta a participante 2:

Muito raro, raro, pois para mim sim é raro, que me pergunte, é muito rara a pessoa que chega aqui e pergunta, faz quanto tempo? Quem te ensinou? porque em feira sim, sim vão aí, sim perguntam, perguntam para o meu pai e pois como ele, o bisavô dele, foi um dos que iniciaram com a técnica, então [...] (Participante 2 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Outros aspectos complementares manifestados pelos consumidores durante a interação com os artesãos destacam, em primeiro lugar, o código que faz referência ao preço. A maioria dos participantes afirma que os clientes consideram os produtos caros, mas desconhecem o tempo e a dedicação exigidos pela técnica. A participante 6 aponta que “[...] a mudança de cor do sisal é o que dá as figuras, tipo os losangos, as flores, tudo isso é na mudança de cores, porque às vezes não imaginam como é feito e por que custa X quantidade mhm.” (Participante 6 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Em seguida, foi abordado o item relacionado ao turismo. O código "relação turismo–tradição artesanal" recolhe colocações sobre como, por meio de oficinas de artesanato e fabricação das peças, busca-se contar a história do território. A participante 3 expõe que “pela agência pode ser a agência de viagens, para fazer as oficinas demonstrativas, sejam alpargata ou cestaria em rolo, as duas oficinas, e o passeio pelo município contando a história do município.” (Participante 3 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Fechando esta parte, o código 3 "tempo de fabricação–produto mediano" destaca como a experiência do artesão, além da dedicação ao produto, acelera o tempo de fabricação. A distribuição desses códigos pode ser observada na figura 43.

Figura 43 - Outros cenários abordados pelos consumidores – Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

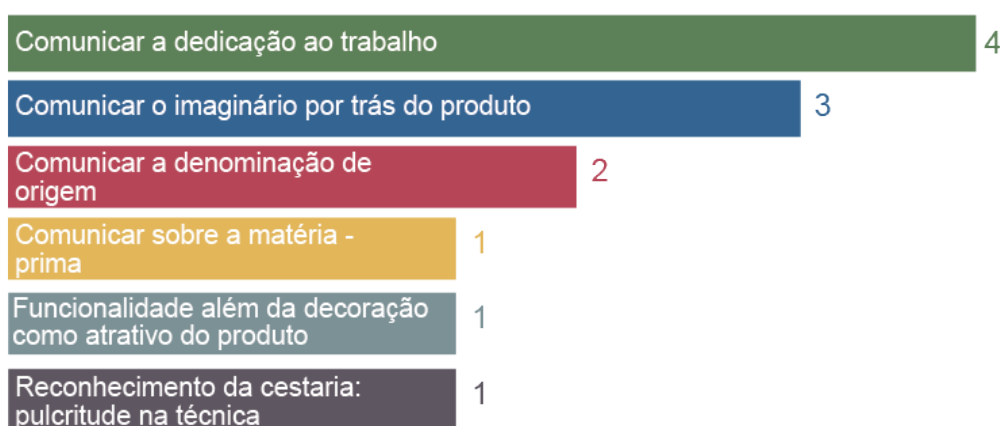
Com o objetivo de identificar os meios pelos quais os artesãos participantes conseguiriam reverter a percepção dos consumidores sobre o custo do produto, mencionado no item anterior, foi criado o grupo denominado “tópicos de valorização”, que reúne essas apreciações em seis códigos principais.

O primeiro código, “comunicar a dedicação ao trabalho”, já abordado anteriormente em relação ao desconhecimento sobre o tempo e o cuidado necessários para a produção de uma peça, é o mais mencionado nos relatos dos participantes. A participante 2 destaca: “[...] porque às vezes a gente não fica satisfeita só de ver a foto do jarro, mas também o processo, então vão dizer, dá bastante trabalho, é algo bonito e representativo de Guacamayas” (Participante 2 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Na sequência, os dois códigos seguintes mantêm uma relação, pois ressaltam a importância de comunicar as práticas e os saberes por trás do produto, além do reconhecimento da “denominação de origem” concedida pela Superintendência de Indústria e Comércio em parceria com a Artesanías de Colombia.

Os últimos três códigos, mencionados apenas uma vez pelos participantes, destacam a ênfase na comunicação sobre as matérias-primas, o lado funcional e prático dos produtos além do fator estético e decorativo, e, por fim, a qualidade dos acabamentos das peças produzidas em Guacamayas, que se diferenciam de possíveis imitações. A distribuição e a frequência dos códigos mencionados estão na figura 44.

Figura 44 - Tópicos para a valorização dos produtos – Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

Para concluir esta abordagem sobre os interesses dos consumidores, criou-se um código para indicações de inovação nos produtos. Os artesãos participantes têm apostado na inclusão de detalhes em materiais alternativos, como cobre ou estanho. A participante 3 comenta: “pensamos em outras coisas que só cobre, o que é cobre e prata, as asas em prata também se coloca muito para as feiras, isso dá um realce” (Participante 3 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Realidades da produção artesanal: conexões com o território de Guacamayas

Da mesma forma que no território de Curitiba, em Guacamayas buscou-se aprofundar nos aspectos do território que influenciam o desenvolvimento artesanal e como os artesãos têm formado alianças para transmitir uma imagem coesa sobre o artesanato da região e responder às demandas dos consumidores.

Nesse sentido, foram identificados três códigos que, nos relatos dos participantes, destacam fatos relacionados ao resgate do saber ancestral da cestaria e à sua disseminação na comunidade. Falou-se sobre como o sisal era obtido inicialmente, já que agora é fornecido pelo município de Curitiba, e também sobre o

significado da denominação de origem para a região, que, como menciona a participante 3, acaba sendo uma estratégia de proteção do saber ancestral. Ela diz: “Nesse local, nesse lugar, o que se pretende é proteger o local e o que se diz é que se fizerem em outro local já não vai ter a mesma essência porque não o fazem nem com as mesmas fibras naturais, nem o fazem as mesmas pessoas, nem com o mesmo critério, nem o mesmo conceito. Então isso faz com que se proteja uma região” (Participante 3 – Guacamayas, 2023, tradução nossa). A figura 45 permite observar a distribuição desses códigos.

Figura 45 - Conexões com o território– Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

Do mesmo modo, encontramos a materialidade do artesanato e as matérias-primas que o compõem. A cestaria em rolo é constituída, quase em partes iguais, pela palha – que pode ser branca ou crespa e funciona como elemento estrutural da peça – e pelos fios de sisal, que a revestem completamente, intercalando cores e criando diferentes tramas ao longo do processo.

Dessa forma, os dois materiais foram analisados separadamente, buscando compreender suas possibilidades no território e como ocorrem as transações em torno deles. No caso do sisal, como já mencionado anteriormente, a fibra é adquirida principalmente de Curití. Assim, surgiram dois códigos igualmente distribuídos, que se referem às formas de obtenção: a compra direta do fornecedor e a mediação de um intermediário, como as cooperativas ou até mesmo a prefeitura, que facilita o acesso ao sisal para os artesãos devido à distância até Curití.

No caso da palha, surgem diversas preocupações, especialmente de ordem ambiental. Como já mencionado, ela cresce na zona rural de Guacamayas, uma região montanhosa que circunda o Parque Nacional Natural El Cocuy (PNN Cocuy), uma área de proteção nacional. Instituições regionais, como a Corporación Autónoma Regional de Boyacá (*Corpoboyacá*), monitoram e controlam o uso adequado e consciente dessa matéria-prima, com foco na extração e no corte. São estabelecidas diretrizes quanto ao tamanho e à poda, visando estimular o crescimento e minimizar

os impactos no solo. Esse cuidado também é destacado nos relatos dos participantes. Por exemplo, a participante 6 afirma que:

Eh... essa palha vem da região alta, da zona fria, então eles trazem de lá. Os próprios artesãos, como vivem nessas encostas ou nas suas fazendas, extraem de forma consciente, sem danificar a planta. É como se fosse uma poda que fazem, cortam a palha e a plantinha fica ali para brotar de novo e crescer outra vez. Tem duas variedades: a lisa, que cresce em um clima de altitude média, e a crespa, que é da região do Páramo. (Participante 6 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

O grupo sobre a obtenção da palha como matéria-prima gerou dois códigos. A maioria declarou obtê-la de meio silvestre, enquanto um participante gerou o segundo código: palha cultivada. Preocupado com o impacto de sua atividade artesanal, ele decidiu destinar um terreno de sua casa para o cultivo de uma variedade de palha que, apesar de pequenas variações em relação à silvestre, consegue fornecer estrutura às peças artesanais. O participante 4 comenta:

[...] para isso, como estratégia, eh, temos nosso próprio cultivo de palha. Eh, e, pois, isso nos deu, nos deu bons resultados, as pessoas gostaram muito, porque, como lhe comentava, a palha se conseguia nesta, nesta zona, mas depois tivemos que recorrer à parte do Páramo e, pois, as corporações também já estavam dizendo, “bom, vão mudar ou vão fazer seus cultivos ou como vão fazer? Porque não vamos permitir que continuem danificando o meio ambiente”. Então, foi aí que recorremos a fazer o cultivo. É outra variedade, diferente da que trabalhava o avô, da que trabalhava minha mãe. É uma variedade muito mais grossa, mas nós, nós conseguimos nos adaptar a essa, sim, a essa mudança e já estamos trabalhando 100% com esse material (Participante 4 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

A técnica utilizada na elaboração dos produtos é conhecida como “cestería en rollo” (ver página 99). Como já mencionado, durante as entrevistas e a observação em campo, ficou evidente o interesse em destacar parte do processo, incluindo a preparação das matérias-primas, o uso das ferramentas e outros aspectos prévios à confecção da peça artesanal.

Ao questionar sobre a origem do aprendizado da técnica, a maioria dos participantes relatou tê-la herdado da família, com exceção de um, que afirmou ter aprendido com um antigo vizinho. É interessante notar que, apesar de ser transmitida há gerações entre artesãos dedicados à cestaria em rolo, a técnica ainda é percebida como recente no âmbito familiar. O participante 4 explica: “Através da minha mãe, minha mãe foi quem nos ensinou, e ela havia aprendido com meu avô. Meu avô foi

uma das primeiras pessoas aqui no município a trabalhar com essas técnicas, há cerca de 70 anos” (Participante 4 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

A técnica de cestaria em rolo é voltada principalmente para a criação de recipientes, pois parte de um ponto central, o miolo, que se expande em espiral, ganhando altura conforme a peça desejada. Assim, é possível produzir centros de mesa, individuais, bandejas, fruteiros, cestos e jarras em diversos formatos, desde que a base seja circular ou ovalada. Para condensar essa variedade, foi criado um único código: “tipos de produto–recipientes para lar e escritório”.

Para finalizar, buscou-se ressaltar a qualidade associativa do território de Guacamayas e o percurso trilhado para a obtenção da denominação de origem concedida pela Superintendência de Indústria e Comércio em colaboração com a Artesanías de Colombia. Para receber essa distinção, o território deve atender a vários requisitos – ver página 96 –, entre eles o fator associativo. Os artesãos precisam estar organizados de modo a representar a maioria das pessoas envolvidas na produção artesanal da região.

O exemplo de Guacamayas é relevante, pois os artesãos conseguiram se agrupar em três coletividades – ver página 94 –, que, além da produção das peças, desempenham funções de divulgação e venda, bem como a coleta de matéria-prima, principalmente a palha, entre outras atividades. Apesar de alguns desafios ao longo do processo, essa estrutura organizacional fortalece a identidade artesanal local.

No grupo “percurso do associativismo”, foram identificados cinco códigos que refletem a percepção dos participantes nesse contexto. O primeiro código, “atividades associativas entre artesãos”, reúne depoimentos dos participantes sobre o processo de formação das organizações e como foram se consolidando ao longo dos anos. Inicialmente, todos faziam parte da mesma cooperativa, mas, com o tempo, surgiram bifurcações. Isso resultou na criação de uma nova associação, enquanto uma família optou por fundar sua própria empresa privada, ainda contando com artesãos da região para a produção.

Outro código refere-se às características da atividade associativa, representando relatos sobre a realidade dentro da coletividade, incluindo parte de seus estatutos e aspirações. Isso é evidenciado pela participante 3, que diz:

[...] associados, sim, estamos... mas a ideia é melhorar a qualidade de vida da gente que possa ter eee uma dificuldade, e eu levo meus três cestos, eu tenho um dinheirinho para resolver meu problema. O que sim, talvez eu precise, por aí, de um empréstimo, ou que me ajudem, ou que me deem uma mãozinha, que eu possa ter. Isso é o que nós aspiramos, talvez aspiremos muito pouco, mas é isso (Participante 3 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Assim, surgiu o código “desafios da atividade associativa”, que reflete as dificuldades enfrentadas pelas associações para atender pedidos em grande escala, especialmente porque a maioria dos artesãos vinculados é da área rural e concilia a produção artesanal com atividades diárias, como a agricultura e os afazeres domésticos. A participante 6 comenta sobre essa realidade: “Sim, a maioria é do campo, eles trabalham em casa e vão fazendo as coisas nos seus tempinhos livres, porque, pois, têm mais atividades com o campo, com a agricultura, a pecuária, então, nos tempinhos livres, eles fazem o produto e trazem aqui para que se os ajude a vender” (Participante 6 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

O último código refere-se às dificuldades na associatividade, reafirmando os desafios encontrados no exercício de negociar e alinhar os interesses dos membros de uma mesma coletividade. Muitas vezes, como no caso de Guacamayas, isso resulta na formação de novas agremiações, que acabam gerando uma competição saudável e trazendo benefícios tanto para artesãos independentes quanto para os consumidores, ao permitir a diversificação de linhas de produto, estilos, entre outros. A distribuição dos códigos resultantes e sua frequência estão na figura 46.

Figura 46 - Percurso do associativismo em Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

Mostrar para vender: a divulgação e comercialização dos produtos de Guacamayas.

No mesmo sentido do caso de Curití, o cenário de comercialização e divulgação em Guacamayas busca compreender as estratégias adotadas pelas coletividades locais para promover e vender os produtos de seus afiliados, seja por meios presenciais ou virtuais, assim como as dinâmicas entre artesãos e associações na comercialização ou na participação em pedidos de grande porte.

No caso de Guacamayas, as coletividades fazem amplo uso das mídias sociais para divulgação e venda, principalmente Facebook, Instagram e WhatsApp. Além disso, dois participantes mencionaram ter um *website*. Assim, o código gerado foi “venda por plataformas digitais”, sendo o mais citado. Além disso, foi gerado o código “venda por WhatsApp”, enfatizado por um participante como o meio mais imediato e facilitador para realizar vendas.

Para a comercialização física, surgem dois códigos que se conectam no relato dos participantes, sendo o primeiro relacionado à oportunidade de turismo na região. Guacamayas está no trajeto para o Parque Nacional Natural El Cocuy, sendo necessário passar primeiro pelos municípios de Panqueba e El Cocuy antes de chegar à reserva, que corresponde ao próprio parque. Esta área protegida é conhecida como o maior glaciário da Colômbia, formada por mais de 25 picos nevados e duas cadeias montanhosas de aproximadamente 25 km de extensão. As elevadas altitudes dos picos nevados do parque, que variam entre 4.800 e 5.300 metros acima do nível do mar (m.s.n.m.), são um atrativo para alpinistas profissionais e turistas interessados em turismo rural, paisagismo, trilhas, entre outros (ProColombia, 2024). A participante 2 comenta: “Também aqui o ponto físico, porque como somos uma das vias principais para ir à Serra Nevada, então os que vêm de turismo vão e também fazem propaganda do produto” (Participante 6 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

O segundo código relacionado ao turismo é a “venda em pontos físicos, de fábrica e lojas”. A visita de campo a Guacamayas revelou que a praça central do território abriga três locais principais para comercialização dos produtos: uma loja no prédio da prefeitura, pertencente à Associação de Artesãos de Guacamayas; um segundo ponto, da cooperativa CREARCOOP; e um terceiro, o ponto de venda do ateliê privado FRASILGO, de propriedade do artesão Francisco Javier Silva.

As lojas da associação e da cooperativa não apenas funcionam como pontos de exposição e venda, mas também como centros de armazenamento de produtos, que podem ser vendidos posteriormente em eventos nacionais ou por via digital, além de serem pontos de distribuição de matéria-prima, especialmente o sisal. Nesse contexto, a participante 5 explica: “Sim, da venda e da comercialização, sim, não faz muito fizemos um pedido para os Estados Unidos, com a associação, sim, eles se encarregam de fazer os pedidos de todas essas coisas, sim, de oferecer, de comercializar” (Participante 5 – Guacamayas, 2023, tradução nossa), reforçando a identificação do código de “pontos de coleta e venda de produtos” para registrar essas informações.

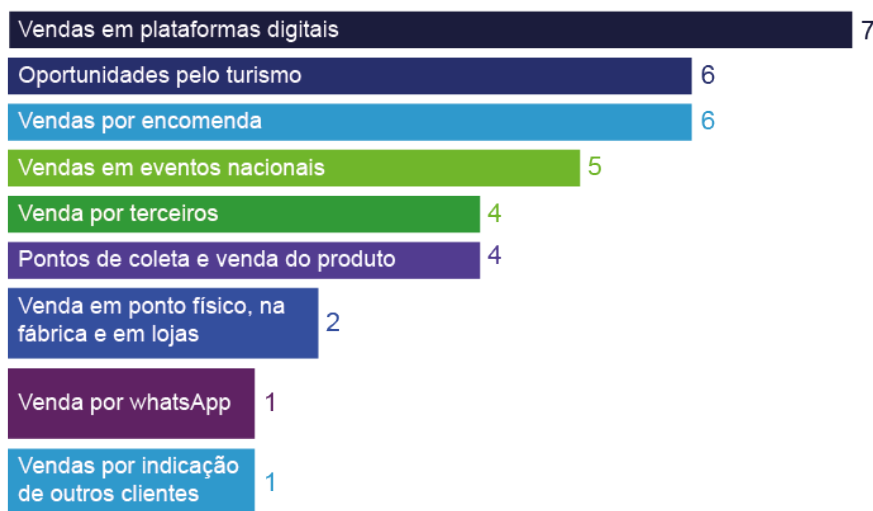
Os dois códigos seguintes fazem parte do mesmo movimento de exposição e venda: eventos nacionais e vendas por encomenda, mencionados cinco e seis vezes pelos participantes, respectivamente. Os eventos nacionais, de alcance internacional, como Expoartesanías em Bogotá e Expoartesano em Medellín, além de concretizar algumas vendas, são plataformas estratégicas para atrair clientes para o resto do ano, como destaca a participante 2:

[...] tem as feiras de Medellín, aham, e agora em dezembro tem a que é como mais de venda, é em Corferias, Expoartesanias, sim, senhor... Sim, porque o bom dessas feiras é que se encontra bastante cliente, então, já os envios se fazem e se gerencia pelas agências de correio Interrapidísimo, Servientrega e Enco-Expres. (Participante 2 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Os relatos dos entrevistados evidenciam que a participação nessas feiras gera contatos que, posteriormente, resultam em encomendas enviadas por correio.

Os dois últimos códigos deste primeiro grupo de modos de comercialização são “venda por terceiros”, mencionado quatro vezes, e “venda referenciada por outro cliente”, com uma menção. O primeiro se conecta ao código das feiras, pois, em muitos casos, são lojas que comercializam o artesanato de Guacamayas em outras cidades ou pontos turísticos. Já o segundo está relacionado ao reconhecimento e à confiança gerados entre os consumidores, como menciona a participante 6: “pois já por referências de de outros clientes que já conhecem a organização, à associação” (Participante 6 – Guacamayas, 2023, tradução nossa). A distribuição dos códigos, assim como sua frequência, pode ser vista na figura 47.

Figura 47 - Principais meios de comercialização - Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

Por outro lado, há as estratégias comerciais que, ao longo do tempo, os artesãos perceberam como facilitadoras da comercialização dos produtos. O primeiro e mais mencionado entre os participantes foi a “declaração de inovação”, expressa na variação de produtos, na incorporação de novos materiais, formas e desenhos variados, entre outros aspectos. Um dos participantes descreve essa estratégia da seguinte forma: “Sim, daí que estamos tirando produtos novos, dos produtos novos, digamos que não fazemos por quantidade, mas já, em menos quantidade, mas se vende. Já chegam umas novas pessoas que já querem trocar as peças que têm antigas ou porque acham bonito o novo design, aham” (Participante 4 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

O segundo código, mencionado uma única vez, refere-se à disponibilidade para entrega internacional. Uma das participantes relatou contar com uma intermediação que permite entregas em qualquer lugar: “Sim, claro, nós enviamos para todo lugar do mundo, por assim dizer. Temos uma transportadora parceira, que é a Macondo, e eles enviam para qualquer lugar do mundo” (Participante 3 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Para a exposição dos produtos, as estratégias se dividem em dois códigos. O principal, “uso de feiras e eventos nacionais para divulgação”, destaca-se como meio essencial para promover o trabalho, mesmo sem necessariamente gerar vendas imediatas. O participante 4 relata: “Bom, na feira, digamos que pode-se vender uns 20% da produção do ano, mas também se dá a mostrar, se mostra a gente chegando

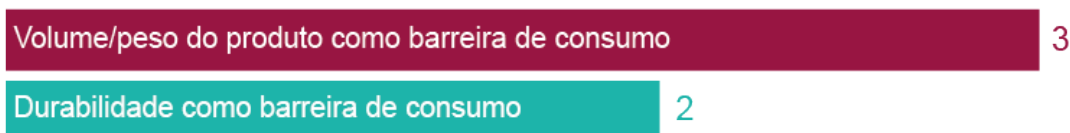
nos clientes, então isso é super importante para nós assistir a essa... a essas feiras” (Participante 4 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

O segundo código, “uso de meios digitais para divulgação”, foi mencionado duas vezes pelos participantes. Relatos como o da participante 3 indicam o uso de mídias digitais convencionais, como Facebook e Instagram, para compartilhar informações e características dos produtos comercializados pela cooperativa de artesãos. Ela afirma: “Igual, nós temos algum escrito de já... você busca artesanato e CREARCOOP no Google e já aparece, então estamos já no Google, né? Mais que tudo no Facebook, onde se encontram as histórias de... de cada produto e, logo, determinado produto. Mas sim, fomos contando” (Participante 3 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

Em contrapartida, ao longo dos anos, os artesãos participantes identificaram diversas barreiras, tanto na divulgação e comercialização quanto em aspectos logísticos da produção. Diante disso, buscou-se distinguir essas dificuldades em dois grupos. O primeiro, “Obstáculos identificados na comercialização”, refere-se a características do próprio produto que, em alguns casos, impediram o fechamento de uma venda. O código “Volume/peso do produto como barreira de consumo”, refere-se ao fato de que, como os produtos podem ser transportados para outros locais, inclusive por via aérea, seu formato e peso podem dificultar o transporte.

Também está o código “Durabilidade como barreira de consumo”, que, embora controverso, é um obstáculo na venda, pois, por serem duráveis, os produtos não despertam a necessidade de compra recorrente. A participante 2 explica: “Então, essa é outra problemática que tem, pois, em relação à arte... artesanaria. Por quê? Pessoas que vão à feira todo ano dizem: 'Não, pois eu ainda tenho' ou 'Eu tenho faz 5 anos', ou seja, isso... então, por isso, isso baixa um pouquinho também a... a venda” (Participante 2 – Guacamayas, 2023, tradução nossa). A frequência e a distribuição dos códigos podem ser observadas na figura 48.

Figura 48 - Obstáculos identificados na comercialização - Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

Sobre as outras barreiras identificadas, surgem pequenas resistências aos meios digitais para a comercialização. Aqui, podem ser considerados dois pontos de vista complementares: o primeiro, das agremiações, que relatam não ter obtido muito sucesso com as plataformas digitais, como menciona o participante 4: “Pois digamos que vamos, vamos crescendo pouco a pouco porque, há uns 5 anos ou de repente antes, digamos que o boom era esse, né? O utilizar as redes sociais, o que, para nós, não deu resultado. Nos diziam, não! Isso, monte a página *web*, e através disso nós não vendemos nada” (Participante 4 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

O segundo ponto de vista é o dos artesãos que fazem parte das associações, mas que combinam seu trabalho artesanal com outras ocupações, e, portanto, não declaram ter muito tempo para a divulgação. Eles preferem focar na produção das peças e deixam essa parte para as associações, como aponta a participante 5: “Às vezes isso, pois dizem que sim, fazer uma página e isso, mas pois... eu me dedico é à minha cafeteria, então ai! De vez em quando eu me ponho a fazer assim pra distrair um pouco, nada mais” (Participante 5 – Guacamayas, 2023, tradução nossa).

A outra barreira que surgiu ao longo do tempo foi a dificuldade na obtenção da matéria-prima – o sisal – nas proximidades do território de Guacamayas, o que levou à compra desse material em Curitiba há cerca de 13 anos, segundo o relato dos mesmos participantes. Os códigos e suas incidências podem ser observados na figura 49.

Figura 49 - Barreiras identificadas - Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

Para finalizar esta seção, buscou-se identificar quais tipos de produtos apresentam maior êxito em vendas. No entanto, devido à variedade de itens mencionados, foi difícil estabelecer um padrão claro. Os códigos gerados foram bastante diversos: “centros de mesa” receberam duas menções; “individuais, porta-quentes e fruteiros”, também duas; e “bandejas”, uma única menção — como ilustrado na Figura 50.

Figura 50 - Produtos mais vendidos - Guacamayas.

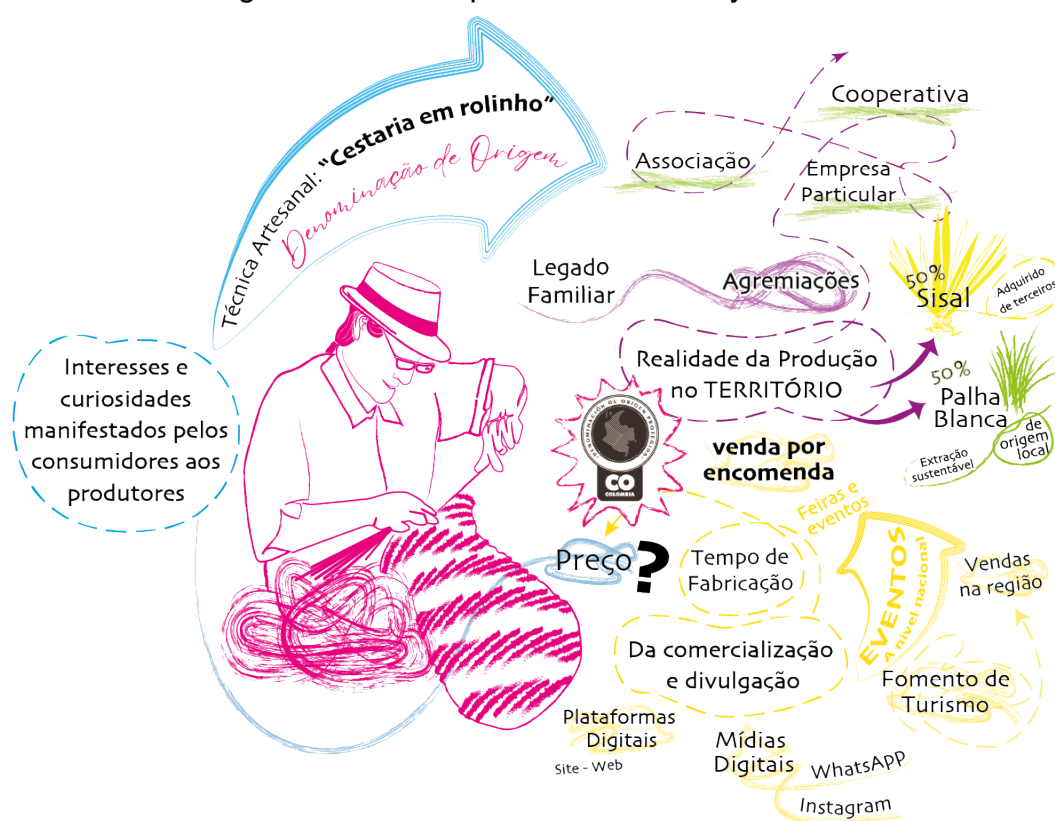
Centro de mesa: o mais vendido	2
Individuais, poça-quente e fruteiros: os mais vendidos	2
Bandeja: o mais vendido	1

Fonte: Elaborado pelo autor

Uma questão que chamou a atenção durante o trabalho de campo foi a quantidade significativa de peças pequenas, como jogos de porta-copos e recipientes menores. Esses produtos, de menor valor e mais fáceis de transportar, são exibidos nos pontos de venda do próprio território, o que sugere que podem ser adquiridos com maior frequência como souvenirs ou lembranças de viagem.

Seguindo o método aplicado ao território de Curitiba, elaborou-se a figura 51, que organiza os itens mais relevantes para os artesãos participantes e destaca aqueles que se sobressaíram nos três grandes campos de síntese.

Figura 51 - Destaques em Guacamayas.



Fonte: Elaborado pelo autor

3.6.3 Análise comparativa dos territórios artesanais de Curití e Guacamayas: semelhanças e distinções

O primeiro ponto de convergência entre os dois territórios é, sem dúvida, o uso do sisal como matéria-prima na fabricação do artesanato, embora com diferenças marcantes em sua aplicação. Em Curití, destaca-se a extração da fibra, abrangendo todo o processo, desde o cultivo, a poda, o desfibramento, a lavagem, o tingimento, o penteado e a fiação – em diferentes calibres de linhas e cordões – até sua transformação nos diversos produtos já mencionados. Essa transformação pode ser realizada tanto pelos próprios produtores da fibra quanto por artesãos da região, que adquirem a linha pronta para aplicá-la em variadas técnicas têxteis, como crochê, tricô, macramê, tear, entre outras.

Em Curití, o sisal é predominante na produção artesanal, sendo apenas complementado por materiais estruturais, no caso do mobiliário, ou por elementos de acabamento e fechamento, como zíperes e alças de couro em bolsas.

Em Guacamayas, embora o sisal seja a matéria-prima reconhecida à primeira vista, as peças de cestaria também utilizam palha branca ou de páramo, que corresponde a 50% da composição. Essa palha fornece a estrutura interna, que será totalmente recoberta pelo sisal, utilizando uma técnica em que a fibra não é fiada. Pequenos arranjos de fibra solta são costurados com agulha simples, enrolando a armação de palha. Inicialmente, o sisal era comprado cru nas proximidades de Guacamayas, como no município vizinho de San Mateo, para ser tingido e penteado. No entanto, devido à escassez e também para agilizar a produção, atualmente é adquirido tingido e em fibras soltas, vindo de Curití principalmente. A palha continua sendo coletada na área rural de Guacamayas ou cultivada, como mencionado anteriormente.

Para Curití, compreender e explorar as possibilidades que o sisal oferece é essencial em sua trajetória de consolidação como um dos principais produtores dessa planta no país. Por exemplo, a cooperativa Ecofibras impulsiona o desenvolvimento da tecelagem com misturas de sisal e algodão, utilizando teares rudimentares de pedal para produzir tecidos que posteriormente são usados na fabricação de calçados, *ecobags* e outros produtos mais industrializados. Além disso, em suas visitas guiadas e redes sociais, são exibidos e comercializados itens que, embora nem sempre fabricados diretamente em Curití, aproveitam ao máximo as propriedades do sisal.

Isso inclui produtos de higiene e limpeza, como xampus, sabonetes e detergentes. Fica assim evidente que, no caso do território de Curití, percebe-se uma preocupação de proporcionar uma imersão mais completa dos benefícios e das alternativas que a planta fornece como um todo.

As iniciativas de inovação em Curití, sobretudo por parte dos artesãos, estão voltadas para o desenvolvimento de novos produtos, aprofundando-se em diferentes técnicas. Isso inclui a pesquisa de novos pontos de crochê, como o ponto abanico, citado por uma das participantes, além da participação em cursos de atualização em tricotagem e outras técnicas avançadas para a criação de bolsas, que alguns participantes chamam de “bolsas de design”. Ademais, destacam-se a aplicação de aditivos químicos, como mencionado anteriormente, para conferir rigidez à fibra na produção de outras peças, como luminárias e vasos.

Já em Guacamayas, como evidenciado na análise das entrevistas e no trabalho de campo, a principal ênfase recai sobre a técnica “Cestería en rollo”, destacando o trabalho minucioso envolvido na produção das peças. Os artesãos explicam o processo de fabricação, ressaltando, por exemplo, que a variação de cores nas tramas resulta da troca de fibras de sisal tingidas, e não da aplicação de tinta posterior. Além disso, buscam reforçar a conexão dos produtos com o território e tudo o que isso representa. Há um esforço para manter a uniformidade entre as peças, permitindo que, ao serem observadas juntas, sua origem em Guacamayas e a identidade dos artesãos Guacamayeros sejam facilmente reconhecidas. O orgulho pela “Denominação de Origem” é evidente, um reconhecimento concedido pela Superintendência de Indústria e Turismo em parceria com a Artesanías de Colombia no ano 2009.

Nesse sentido, as ações de inovação não alteram a estrutura básica das peças, entre outros motivos, porque o reconhecimento da “Denominação de Origem”, não o permite. Os produtos artesanais feitos com cestaria em rolo de Guacamayas mantêm uma armação de palha, sendo revestida e costurada principalmente com sisal, salvo pequenas variações em materiais alternativos — como o uso de cobre ou estanho na borda, ou alças de prata e outros materiais — para proporcionar o que chamam de realce. Além disso, os artesãos buscam inovar na aparência das peças, explorando diferentes tramas coloridas, monocromáticas ou em degradê, bem como na configuração da forma, nas dimensões e tamanhos, desde que a base inicial seja

sempre circular e o crescimento ocorra em espiral, garantindo que a palha não se quebre.

Quanto à forma como as técnicas foram aprendidas, não se observou muita diferença entre as duas comunidades artesanais. Tanto em Curití quanto em Guacamayas, destacou-se o aprendizado transmitido entre gerações, principalmente no âmbito familiar, com alguns relatos minoritários ressaltando o papel das escolas na preservação das tradições artesanais e do aprendizado por meio de membros da própria comunidade. Em Curití, observa-se uma relação próxima entre fabricantes de fibra e pequenos artesãos, descrita por alguns participantes como de trato familiar, por serem oriundos da mesma região. Já em Guacamayas, por se tratar de um município menor em comparação a Curití, há um sistema de agremiações com estatutos e regulamentos que reúne a maioria dos artesãos. Esse modelo fortalece os vínculos e possibilita uma resposta mais coesa a diferentes demandas, como a realização de grandes pedidos para exportação ou, no passado, a obtenção da Denominação de Origem para a cestaria em rolo.

Agora, para a comercialização e divulgação dos produtos, os dois territórios aproveitam o turismo local, as mídias sociais, e os eventos nacionais e internacionais – no caso das empresas maiores – nos quais participam, mas as particularidades que cada um dos territórios fazem com que as dinâmicas sejam diferentes.

O município de Curití, por estar situado em uma rodovia principal que leva a Bogotá, capital da Colômbia, e por integrar um corredor turístico com atrativos naturais e de aventura próprios, além de ser reconhecido nacionalmente como produtor de sisal e artesanato nessa matéria-prima, consegue aproveitar melhor o turismo local para a comercialização. Isso é especialmente relevante para pequenos artesãos que não fazem parte de associações ou não conseguem participar das grandes feiras nacionais, dependendo exclusivamente das vendas locais impulsionadas pelo turismo. Uma mostra disso é o grande número de lojas de diversos tamanhos ao redor da praça principal.

No caso de Guacamayas, embora haja esforços para fomentar o turismo, as condições diferem das de Curití, onde o fluxo de visitantes é mais dinâmico. A localização do município não é tão favorável, pois está distante de uma rodovia principal e conta com várias vias não pavimentadas, dificultando o acesso. O Parque Nacional Natural El Cocuy, um dos principais atrativos da região, encontra-se nas proximidades, mas seu acesso é desafiador devido ao terreno acidentado, que exige

veículos com tração nas quatro rodas, à altitude superior a 4.000 metros e às exigências físicas do percurso montanhoso.

Destacam-se, no entanto, os esforços da prefeitura, que recentemente reformulou os espaços públicos do município para representar o artesanato local por meio de grandes murais coloridos, como também foi constatado no trabalho de campo. Além disso, as associações têm firmado parcerias com agências de turismo que incluem Guacamayas em pacotes de visita ao Parque Nacional, proporcionando experiências de imersão na cultura artesanal da região.

Outra plataforma de divulgação e comercialização dos produtos em ambos territórios são as feiras nacionais, especialmente a Expoartesanías, em Bogotá, e a Expoartesano, em Medellín, ambas promovidas pela Artesanías de Colombia. Embora os dois territórios participem desses eventos, os pequenos artesãos de Guacamayas conseguem se envolver por meio das duas agremiações locais e de uma empresa particular, que, anualmente, se preparam para expor seus produtos. Nessas feiras, eles ampliam a visibilidade do artesanato e garantem clientes para o restante do ano, mantendo contato depois, principalmente por telefone ou WhatsApp, para receber encomendas.

Em Curití, embora as empresas maiores e mais consolidadas tenham o hábito de participar das feiras, os altos custos das áreas de exposição dificultam a presença dos pequenos artesãos. Diante disso, eles preferem se concentrar no turismo local ou atender a pedidos de clientes que já conhecem seus produtos e que os revendem em outras cidades.

Por fim, destaca-se o uso das mídias sociais e das plataformas digitais como meio de promoção e contato com os consumidores. Alguns artesãos em Curití relataram usar ativamente Instagram e Facebook para divulgar seus produtos, e o WhatsApp para um contato mais direto com os clientes. Alguns mencionaram que manter as mídias atualizadas é dispendioso e, por isso, preferem o WhatsApp, que permite enviar fotos dos produtos em estoque de forma imediata. Nenhum dos entrevistados possui site, mas é importante notar que em Curití existem empresas que reúnem agricultores de sisal e parte dos artesãos, com presença ativa nas mídias sociais e em sites, promovendo não só seu trabalho, mas também o território de Curití.

Em Guacamayas, as agremiações e o empresário particular relataram ter mídias digitais, como Instagram, Facebook, conta no Mercado Livre e catálogo pronto

para envio via WhatsApp, e tanto a cooperativa quanto o empresário possuem sites. Contudo, foi mencionado que, apesar do auge do uso de sites em determinado momento e de terem sido orientados a construí-los, essas plataformas têm gerado poucas vendas, demonstrando certa resistência a esse tipo de mídia. As pessoas entrevistadas que não eram representantes das agremiações indicaram que seu principal canal de comercialização é por meio das associações, sugerindo que o contato com elas seria uma opção para mais informações.

Para finalizar esta seção sobre comercialização, foi questionado o preço dos produtos e como os artesãos reagem quando lhes sugerem que é elevado, levantando as estratégias adotadas para lidar com essa questão. Tanto em Curití quanto em Guacamayas, apontou-se que ainda há um grande desconhecimento sobre todo o processo envolvido na produção de uma peça. Aspectos como a obtenção da matéria-prima, o tempo de fabricação, a expertise na técnica e os anos de experiência necessários para que o processo pareça algo simples não são levados em consideração.

Em Curití, destacaram-se repetidamente as qualidades da fibra, ressaltando seu caráter natural, resistência, durabilidade e até possíveis propriedades medicinais. Além disso, enfatizou-se que os produtos são feitos cem por cento à mão por artesãos da região, que se dedicam parcial ou totalmente à sua produção.

Já em Guacamayas, houve maior consenso por parte dos artesãos entrevistados em valorizar a originalidade dos produtos, sua procedência e o reconhecimento como peças autênticas do território, que possui a já mencionada “Denominação de Origem”.

Quanto à palha como matéria-prima, outro questionamento frequentemente enfrentado, os artesãos destacam que, embora tenha origem natural e, em alguns casos, seja encontrada em áreas de páramo sensíveis, sua extração é realizada com cuidado. Aplicam-se técnicas de corte tipo poda no momento adequado de amadurecimento, de modo a não danificar a planta e garantir sua regeneração contínua. Além disso, em um dos relatos, mencionou-se o cultivo de variações da palha na área urbana como alternativa sustentável.

Assim como em Curití, também foi apontado o desconhecimento sobre a dedicação e o conhecimento exigidos na produção artesanal, bem como o tempo necessário e a dificuldade para quem nunca teve contato com a técnica. Isso leva os

artesãos a realizarem demonstrações em eventos e até nos próprios pontos de venda da região.

Além disso, em ambos os territórios, destacou-se que a localização e a eventual distância até os consumidores não representam um obstáculo, pois contam com sistemas de envio nacional e até internacional, permitindo que os produtos cheguem aos clientes onde quer que sejam requisitados.

A close-up photograph of a traditional textile weaving process. The image shows a dense, intricate weave of reddish-brown and grey threads. A single thread is being manipulated by a metal hook, creating a loop. The background is a blurred, light-colored surface.

4.

4. DISCUSSÃO

Este trabalho teve como objetivo investigar o artesanato de tradição popular colombiano enquanto patrimônio cultural e explorar as conexões entre design e artesanato, propondo o desenvolvimento de um modelo de ferramenta digital voltado a esses contextos. A proposta busca estimular a preservação do patrimônio por meio da valorização desses saberes e do reconhecimento do território, visando à promoção de condições mais justas de remuneração. É importante destacar que a proposta não tem a intenção de se configurar como uma plataforma comercial do tipo *marketplace* — até porque iniciativas dessa natureza já existem —, conduzidas por diferentes entidades públicas e privadas, conforme identificado ao longo da pesquisa. Tampouco se pretende criar um site de busca para a difusão de informações institucionais, função já desempenhada por agências de fomento como a Artesanías de Colombia. A solução proposta visa, sobretudo, valorizar o produto artesanal onde quer que ele esteja — seja no território de origem, em uma feira internacional ou em uma loja de aeroporto —, revelando sua procedência, os detalhes do processo produtivo, as características da matéria-prima e as informações sobre a pessoa artesã, sua cultura, e o eventual pertencimento a associações, entre outros aspectos.

Observou-se também uma oportunidade para reconhecer o diálogo histórico entre o design e o artesanato, presente desde a constituição do próprio design como profissão e que vem acompanhando as transformações sociais ao seu redor (Bomfim, 1998; Löbach, 2001; Bürdek, 2002; Heskett, 2005; Cardoso, 2008; Schneider, 2010). Atualmente, esse diálogo se insere em uma realidade acelerada e complexa para uma parcela significativa da humanidade, embora ainda exclua diversos contextos sociais, nos quais o artesanato, especialmente o de tradição, pode enfrentar importantes desafios. O desenvolvimento do artesanato de tradição — considerando definições tanto institucionais (UNESCO, 1997; Artesanías de Colombia, 2022; ARTESOL, 2022) quanto acadêmicas (Lima, 2003; Krucken, 2009; Bonsiepe, 2011; Cavalcanti, Andrade e Silva, 2013) — é amplamente compreendido como um referente cultural que envolve manifestações simbólicas e territoriais, bem como saberes e técnicas relacionados à transformação de matérias-primas, muitas vezes nativas, vinculadas aos modos de vida próprios das condições sociais, econômicas e culturais de determinadas comunidades. Essas práticas e expressões, ao serem transmitidas entre gerações em um esforço de preservação, podem ser compreendidas como uma herança — um

patrimônio cultural associado ao próprio conceito de identidade (UNESCO, 2003; BRASIL, 2014).

Na discussão sobre a preservação do patrimônio vinculado aos saberes artesanais, observa-se uma multiplicidade de esforços articulados em diferentes escalas. Em nível internacional, a UNESCO se destaca ao reconhecer práticas tradicionais como patrimônio cultural imaterial da humanidade, conferindo a algumas delas caráter de urgência devido ao risco de desaparecimento — como no caso do verniz de pasto mopa-mopa, praticado nos territórios de Putumayo e Nariño, mencionado na introdução deste trabalho (ver página 16). Nos contextos nacional e territorial, instituições públicas e privadas — como, no caso desta pesquisa, a documentada Artesanías de Colombia — têm atuado para garantir a continuidade e a dignidade da prática artesanal. Essas iniciativas abrangem desde a proteção legal, por meio de políticas públicas e do reconhecimento da origem de produtos vinculados a determinados territórios, até ações de assessoria técnica, laboratórios de inovação e design, incentivo à produção ambientalmente responsável e estratégias de promoção e comercialização das peças.

O campo acadêmico também desempenha um papel relevante, contribuindo tanto com a produção de conhecimento quanto com programas de extensão e projetos aplicados e com a difusão do artesanato a partir de reflexões e análises estabelecidas pelas investigações realizadas. Algumas dessas iniciativas foram discutidas a partir do mapeamento realizado na revisão sistemática de literatura desta pesquisa, com o objetivo de identificar o uso de meios digitais como recurso para a preservação do patrimônio cultural vinculado ao artesanato popular.

Os esforços mencionados até aqui, em conjunto, buscam responder às transformações contemporâneas, marcadas pela presença de novas gerações e públicos inseridos em realidades pautadas pelo acesso rápido ou ágil à informação. Essa dinâmica se expressa por meio de linguagens hipermidiáticas que complementam o domínio do texto escrito (Passos; Moura, 2007; Bonsiepe, 2011) com o intuito de captar a atenção dos sujeitos. Paralelamente, a cultura digital impulsiona modelos de negócio que se valem da tecnologia — especialmente das plataformas digitais — para conectar diferentes perfis de consumidores e viabilizar a transação de produtos e serviços em ambientes interativos (Dijck; Poell; Waal, 2018).

Nesse cenário, manter o artesanato como patrimônio vivo implica fortalecê-lo diante dos desafios próprios de nosso tempo. Com o propósito de integrar essas

realidades, esta pesquisa tomou como ponto de partida dois territórios colombianos reconhecidos por sua tradição no trabalho com fibra de sisal: Curití e Guacamayas, situados na região centro-leste do país.

Para compreender o contexto enfrentado pelas comunidades artesanais, especialmente aquelas que são foco desta pesquisa, foi desenvolvido um estudo de caso baseado em duas abordagens complementares. A primeira, de caráter externo, consistiu na análise de programas de fomento promovidos por entidades como a Artesanías de Colombia, voltados à sustentabilidade do ofício. Essa etapa incluiu também uma revisão documental dos relatórios produzidos a partir das ações realizadas com as comunidades de Curití e Guacamayas, o que permitiu identificar as principais estratégias institucionais voltadas a esses territórios.

A segunda abordagem consistiu na realização de um trabalho de campo nos próprios territórios. Por meio da observação direta dos processos de elaboração dos produtos, dos espaços de comercialização e da realização de entrevistas com artesãos e demais atores locais, foi possível aprofundar a compreensão das dinâmicas cotidianas moldadas pelas particularidades de cada território — aspectos que influenciam diretamente a continuidade e o desenvolvimento da atividade artesanal.

Para fundamentar a discussão, retomando brevemente a primeira etapa, procedeu-se à análise dos programas institucionais de apoio ao setor artesanal, que permitiu compreender a multiplicidade de variáveis envolvidas nas ações de fomento, influenciadas tanto pelas particularidades territoriais quanto pelos diferentes tipos de artesanato. A atuação da Artesanías de Colombia abrange desde o artesanato tradicional e indígena — que demanda um tratamento específico em razão de seus aspectos ancestrais — até práticas mais contemporâneas. Para isso, a instituição organiza suas ações em quatro grandes áreas de atuação.

Destaca-se, em primeiro lugar, a área de capacitação, promovida por meio de laboratórios de design e inovação realizados nos territórios, voltados a comunidades que produzem artesanato tradicional e buscam apoio institucional. Também são oferecidas assessorias pontuais para outras tipologias artesanais, além de formações presenciais e online sobre temas de interesse para os diversos atores da cadeia produtiva. Outra frente de atuação está relacionada à gestão e articulação de parcerias, com foco em populações em situação de vulnerabilidade, pessoas

deslocadas pela violência interna e comunidades indígenas que veem no artesanato uma possibilidade de desenvolvimento digno.

A terceira área diz respeito à conservação do patrimônio, promovida por meio de diferentes estratégias. Entre elas, destacam-se o reconhecimento dos mestres artesãos que dedicaram a vida ao ofício, as certificações de “feito à mão” e as iniciativas de proteção à propriedade intelectual. Essas ações buscam contemplar as diversas tipologias de artesanato: no caso do tradicional, são oferecidas assessorias para a obtenção de denominação de origem ou para o registro de marcas coletivas e individuais; já no contemporâneo, prioriza-se a certificação de propriedade intelectual ou design industrial, conforme a natureza do produto.

Por fim, a quarta área abrange ações de divulgação e comercialização. Destacam-se as lojas físicas e virtuais geridas pela entidade, a participação em feiras internacionais, a criação de catálogos digitais para aproximar consumidores e produtores — evitando intermediários — e as capacitações para atuação em ambientes digitais. Nesse contexto, o programa *O Artesão Digital* ofereceu suporte para o uso adequado de mídias sociais, fotografia e recursos multimídia, especialmente durante o isolamento causado pela pandemia de COVID-19. Mais recentemente, os corredores turísticos artesanais têm explorado o potencial dos territórios com vocação artesanal para ampliar a visibilidade dos produtos e gerar renda com o turismo.

A amplitude dessas ações pode ser observada com maior clareza a partir da revisão documental dos relatórios anuais elaborados pela Artesanías de Colombia em sua atuação junto às comunidades artesanais de Curití e Guacamayas, no recorte temporal de dez anos (2013–2023). A análise desse material evidenciou a importância do desenvolvimento de produtos e da inovação por meio dos laboratórios de design, nos quais eram abordados temas como tendências de consumo, referências simbólicas e culturais do território, aplicação da teoria da cor, entre outros. Essa frente de trabalho mostrou-se uma das mais constantes ao longo do período, sendo acompanhada de outras atividades conforme o contexto histórico. Nos primeiros anos, observou-se uma ênfase maior no incentivo à formalização por meio da criação de cooperativas e associações, além da introdução de ferramentas de gestão, precificação e elaboração de planos de negócios. Durante a pandemia de COVID-19, como já mencionado, houve um esforço para utilizar recursos digitais tanto no acompanhamento remoto por parte dos assessores quanto na tentativa de iniciar a

comercialização dos produtos por meio de plataformas digitais, especialmente redes sociais. Na etapa final do período analisado, as ações concentraram-se na reativação econômica, com a retomada de eventos e exposições presenciais, acompanhadas de capacitações em vitrinismo e apresentação dos produtos, sem abandonar o suporte às estratégias digitais de atendimento aos consumidores conquistados por esses meios.

No entanto, sem desmerecer os esforços realizados pelas instituições de fomento ao setor, o censo sobre o ofício artesanal na Colômbia, realizado pela Artesanías de Colombia (2019a) e pelo Sistema de Informação Estatístico da Atividade Artesanal (SIEAA) (ver página 17), não apresenta dados animadores. Cerca de 82,5% dos artesãos ganham menos de um salário mínimo legal com a comercialização de seus produtos. Além disso, 76,2% comercializam diretamente seus produtos e, entre eles, 72,1% afirmaram não participar de eventos como feiras para a venda de suas peças. Essa vulnerabilidade socioeconômica contribui para compreender o reconhecimento, com caráter de urgência, da técnica do *verniz de pasto mopa-mopa* como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade, conforme abordado na introdução.

Retomando também a segunda abordagem da presente pesquisa, esta consistiu na realização de trabalho de campo para compreender as dinâmicas artesanais no território, reconhecendo sua configuração como resultado da interação entre múltiplas variáveis, incluindo componentes naturais e sociais que atuam de forma simultânea (Escobar, 2010; Saquet, 2009; Santos, 1999; Souza, 2000). Essa construção territorial ocorre por meio da ação dos indivíduos sobre o espaço e das relações ali estabelecidas, passando a ser reconhecida como própria e integrando, assim, aspectos identitários.

Assim, a ida a campo nos territórios de Curití e Guacamayas foi fundamental para compreender os processos de construção coletiva das comunidades artesanais e contrastá-los com o acervo documental e histórico disponível. Visitar os territórios, reconhecer suas localizações e condições de acesso, observar suas iniciativas turísticas e identificar elementos próprios das comunidades, de suas culturas e de seus ecossistemas permitiu evidenciar aspectos relevantes para a valorização dos territórios e das práticas artesanais, entendidas como expressões simbólicas e culturais enraizadas nessas localidades.

Além disso, por meio da observação direta e das entrevistas realizadas durante os estudos de campo, foi possível acompanhar de perto as dinâmicas de criação e fabricação de seus produtos, assim como a realidade da comercialização artesanal na qual as comunidades de Curití e Guacamayas estão inseridas. Embora ambas contem com lojas localizadas nos arredores da praça central, participem do setor turístico — ainda que em proporções distintas —, tenham artesãos presentes em feiras relevantes e produzam artesanato a partir da fibra de sisal, há particularidades significativas que as diferenciam. Reconhecer essas especificidades é essencial para a elaboração de um modelo de ferramenta digital capaz de comunicar os elementos que estão por trás de cada tipo de produto artesanal, conforme as singularidades de cada território.

Desse modo, realizou-se a sistematização das informações referentes às técnicas artesanais e aos contextos observados nos territórios de Curití e Guacamayas, organizando-as com base nas constantes e variáveis identificadas, a fim de subsidiar o desenvolvimento da ferramenta digital. Para a definição das hierarquias de apresentação das informações na plataforma, foram considerados os resultados das entrevistas com artesãos que mantêm contato direto com os consumidores e esclarecem dúvidas não apenas sobre os produtos — como os materiais utilizados ou os processos de fabricação —, mas também sobre suas próprias trajetórias, tradições e vínculos com os territórios de origem.

Nesse processo, quatro obras foram utilizadas como referência principal: Krucken (2009), Albino (2017), Andrade e Cavalcanti (2020) e Nunes (2023). Suas abordagens de gestão apontam caminhos para a aproximação com comunidades e territórios produtores de artesanato e, sob a ótica do design, contribuem para a valorização dos produtos locais. De modo particular, as autoras tratam da interação com as comunidades, identificando os atores envolvidos em diferentes contextos, além de detalhar os processos de fabricação artesanal, as características culturais dos territórios e explorar estratégias de comunicação e divulgação voltadas à aproximação entre consumidores e artesãos-produtores. Nesse sentido, ao se aproximar de um território e de seus artesãos, é recomendável considerar as seguintes ações, registrando os achados para uso posterior.

Entender o território – O local é o primeiro e mais constante dos aspectos a serem considerados. É indispensável conhecer previamente o território e identificar elementos relevantes que possam ser confirmados no contato direto. Deve-se

observar as conexões existentes com os ofícios artesanais — como vínculos com o turismo, a presença de museus ou de atrativos associados à prática artesanal. Da mesma forma, é importante mapear atividades complementares para o visitante, como pontos culturais, gastronômicos ou arquitetônicos reconhecidos no local ou em suas proximidades, além das vias de acesso e conectividade. Esses elementos ajudam a compreender se os saberes artesanais integram uma experiência mais ampla, ou se têm potencial para isso. Considerando que o produto artesanal nem sempre é exposto ou adquirido em seu local de origem, tais informações podem despertar no consumidor o desejo de uma futura visita ao território.

Matéria-prima — É fundamental identificar a principal — ou as principais — matéria-prima utilizadas no desenvolvimento dos produtos artesanais. No caso de Curití, destaca-se exclusivamente o uso do sisal; já em Guacamayas, a composição é geralmente dividida entre palha, utilizada na estrutura, e sisal, aplicado no revestimento. Embora possam ser incorporados materiais secundários nos acabamentos — como prendedores em prata, alças de couro, zíperes ou detalhes em cobre —, frequentemente associados a inovações sazonais, o foco deve ser na matéria-prima predominante, aquela que caracteriza e referencia a produção artesanal local. O objetivo é estabelecer uma constante que represente a maioria dos produtos confeccionados na região.

Além disso, é necessário levantar informações sobre os processos envolvidos na obtenção dessa matéria-prima, especialmente quando de origem vegetal. Devem ser registrados os procedimentos anteriores à aplicação da técnica artesanal, como os tempos de secagem e de tingimento, o número de pessoas envolvidas e os intervalos entre etapas. Esses dados contribuem para uma compreensão mais abrangente da cadeia produtiva artesanal nos territórios analisados.

Técnica artesanal — Embora, à primeira vista, essa dimensão pareça constante, sua expressão varia significativamente de acordo com o território. Em Guacamayas, por exemplo, predomina uma técnica comum entre a maioria dos artesãos: a cestaria em rolo. Já em Curití, embora o uso do sisal seja amplamente padronizado na confecção dos produtos, observa-se maior diversidade técnica. No trabalho de campo, foram identificadas oito técnicas principais. Algumas são inteiramente manuais, como crochê, tricô, macramê, engomado, recozido e tafetán; outras, embora também artesanais, envolvem o uso de dispositivos rudimentares, como os teares horizontal e vertical. Assim como ocorre com a matéria-prima, podem

surgir variações — como novos pontos de crochê, por exemplo. A proposta, nesse contexto, é identificar a raiz de cada técnica e seus elementos constantes, de modo a abranger o maior número possível de produtos desenvolvidos sob uma mesma lógica de produção. No crochê, por exemplo, independentemente dos pontos utilizados, uma constante observada é o uso de agulhas.

Nessa perspectiva, torna-se igualmente relevante mapear as ferramentas empregadas na elaboração das peças, suas características e o nível de expertise necessário para operá-las. A agulha de crochê, por exemplo, é amplamente conhecida e reconhecida internacionalmente, o que permite uma descrição mais breve, considerando o conhecimento prévio que muitos usuários já possuem sobre seu manuseio. Em contrapartida, ferramentas como os teares vertical e horizontal apresentam estruturas mais complexas, compostas por armações acionados por pedais. Seu uso exige destreza, prática e familiaridade com o processo, o que reforça a importância de se destacar o grau de dificuldade envolvido em sua operação.

Produto elaborado — Este é um dos aspectos mais variáveis observados, uma vez que os produtos artesanais atendem a diferentes finalidades. Por isso, torna-se indispensável uma aproximação detalhada com o território, por meio do diálogo com artesãos e, sempre que possível, com organizações locais, a fim de identificar possíveis padrões — ainda que se esteja aberto à introdução de novos produtos. No caso de Guacamayas, esse mapeamento mostrou-se mais direto, uma vez que a técnica predominante é a cestaria. A maioria dos itens utilitários é composta por recipientes, como cestas, bandejas, jarras e objetos planos em formato espiral, como descansos de panela e porta-copos. Esses produtos variam em tamanho, mas já apresentam uma nomenclatura consolidada (pequeno, médio e grande), diretamente relacionada ao tempo e à quantidade de material necessários para sua confecção. Em conversas com representantes de organizações locais, foi relatado que há maior volume de produção nos tamanhos pequeno e médio, pois são os mais demandados comercialmente.

Em Curitiba, esse levantamento pode ser mais complexo, dada a maior diversidade de técnicas artesanais. No entanto, conversas com artesãos revelaram uma classificação recorrente entre duas principais linhas de produção: linha lar e linha moda e acessórios — o que já aponta para certa organização. Apesar da variedade de produtos encontrados nas lojas da cidade, nem todos os artesãos dominam todas as técnicas. Foram identificados, por exemplo, ateliês especializados exclusivamente

em tear vertical, o que confere uma característica técnica comum a todos os itens produzidos nesses espaços.

A classificação, portanto, busca compreender o tipo de produto, seu tamanho e o tempo estimado de fabricação. Essas informações, vinculadas às diferentes combinações possíveis, devem ser registradas de forma sistemática para posterior inclusão na ferramenta.

O artesão — Reconhecer o papel do artesão é a dimensão mais pessoal deste levantamento. Por isso, destaca-se a importância de conduzir essa etapa com o máximo de cuidado e com o consentimento dos participantes, uma vez que suas trajetórias serão apresentadas. Esse reconhecimento contribui para estreitar o vínculo com os consumidores e valorizar quem está por trás da produção, embora se respeite plenamente o desejo de anonimato, caso o artesão assim prefira. Nesta etapa, busca-se levantar dados relacionados à experiência do artesão no ofício, como sua história de aprendizado, tempo de dedicação à técnica, se atua de forma exclusiva ou paralela a outras atividades, se possui algum tipo de produto ou acabamento pelo qual é reconhecido, se faz parte de alguma cooperativa ou associação e se já recebeu prêmios ou certificações, como a Medalha de Maestria Artesanal. Esses elementos podem orientar a condução da conversa.

Identificar atores envolvidos no fortalecimento artesanal - É essencial compreender a realidade dos territórios, considerando as dinâmicas de trabalho dos artesãos e a forma como o ofício se insere em suas rotinas. Em Guacamayas, por exemplo, muitos artesãos vivem em áreas rurais ou periféricas e costumam se deslocar ao centro urbano apenas uma vez por semana — geralmente aos domingos — para resolver questões pessoais, entregar encomendas, comercializar produtos ou buscar materiais. Nessas regiões, o acesso limitado à internet também dificulta a realização de atividades em ambientes online.

Diante desse contexto, torna-se fundamental o apoio de entidades ou atores locais comprometidos com o fortalecimento do artesanato. Essas organizações podem prestar suporte em atividades como cadastros digitais, impressão de materiais ou a atuação como pontos de apoio logístico. Em Guacamayas, parte desse trabalho é realizado por duas instituições — a cooperativa CREARCOOP e a Associação de Artesãos —, além da empresa privada FRASILGO. Em outras regiões da Colômbia, esse suporte pode ser oferecido por órgãos públicos, como prefeituras e secretarias

de cultura ou desenvolvimento, bem como por instituições de fomento com atuação territorial periódica.

Registro fotográfico e audiovisual — É fundamental contar com registros visuais de apoio para complementar a comunicação dos elementos mencionados nesta etapa. Antes da imersão nos territórios, recomenda-se realizar um levantamento prévio de imagens e vídeos disponíveis na web, com o objetivo de orientar a produção do próprio acervo. Esse material deve ser variado e de alta qualidade, visando seu possível uso futuro. No caso de Curitiba e Guacamayas, foi especialmente útil acessar previamente as redes sociais de alguns artesãos — em especial o Instagram — como parte da pesquisa preparatória.

4.1 Desenvolvimento do modelo de ferramenta digital.

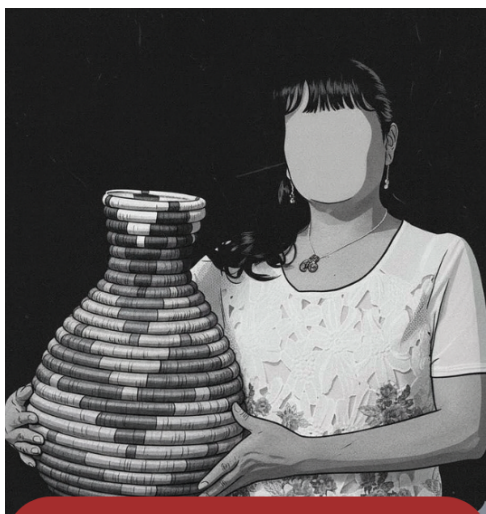
A ferramenta digital tem como objetivo acompanhar o produto, independentemente do contexto em que se encontre, comunicando os aspectos relacionados à sua fabricação artesanal, com o propósito de contribuir para sua valorização. Para a construção deste modelo, adota-se o método de Garrett (2011), que orienta o processo decisório relacionado ao design da informação e à usabilidade em produtos digitais. Esse método é estruturado em cinco planos: estratégico, de escopo, de estrutura, esquelético e superficial, os quais podem ser consultados na página 57.

Para ilustrar o desenvolvimento da ferramenta, utiliza-se como exemplo um dos produtos artesanais mais comuns e de maior circulação em Guacamayas: o porta-copos. É importante destacar que esta proposta é concebida como um Produto Mínimo Viável (PMV), mais conhecido pela sigla em inglês *MVP* (*Minimum Viable Product*), voltado à demonstração de seu potencial, mas que, por se tratar de uma versão inicial, ainda requer complementações futuras — como a realização de testes com usuários — para validar sua eficácia.

Plano estratégico — Segundo Garrett (2011), o plano estratégico busca identificar as necessidades dos usuários e os objetivos que a ferramenta pode atender. A imersão no território, aliada aos dados obtidos nas entrevistas, permitiu reconhecer variáveis comportamentais e interesses comuns, oferecendo um panorama dos perfis, seus objetivos e frustrações, bem como dos possíveis contextos de uso. A partir dos perfis mais expressivos identificados no trabalho de campo — especialmente daqueles participantes que desempenham funções de liderança e representatividade — foram projetadas três personas potenciais da ferramenta digital.

Para cada uma delas, elaborou-se uma esquematização de uma situação específica de sua jornada cotidiana, na qual a solução proposta poderia ser aplicada. As figuras 52 a 57 apresentam esses elementos, ilustrando esta etapa do processo.

Figura 52 – Persona 1.



Omaira Manrique

Representante da Cooperativa criatividade Artística (Crearcoop)

Idade: 46
 Estudos: Liderança camponesa
 Território: Guacamayas
 Condição social: Artesã - Mãe solo

Biografia

Omaira Manrique, filha de renomados artesãos de Guacamayas, Boyacá, iniciou-se na cestaria em rolo aos 13 anos, produzindo jogos americanos. Possui formação em liderança camponesa, por meio da qual desenvolveu competências para o trabalho comunitário. Em 1985, foi nomeada secretária da Casa do Tear de Arco, instituição que, em 1992, transformou-se na Cooperativa Criatividade Artística (Crearcoop), atualmente composta por 170 artesãos dedicados à cestaria em rolo.

Além de atuar na comercialização dos produtos, na participação em feiras e na captação de clientes, Omaira introduziu inovações nos designs e incorporou materiais como estanho, cobre, vinil, prata, madeira e cerâmica. Cada peça é confeccionada manualmente, combinando palha branca do páramo e palha crespa.

Interesses

O turismo, descoberta de novos lugares, jardinagem e a gastronomia tradicional de sua região

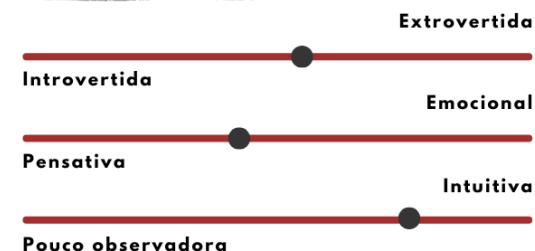
Objetivos

- Ampliar a visibilidade do artesanato de Guacamayas e do território local, por meio da atração turística.
- Atrair novos clientes e aumentar os pedidos da cooperativa Crearcoop.
- Melhorar a qualidade de vida dos cooperados.
- Preservar o ofício artesanal entre gerações.

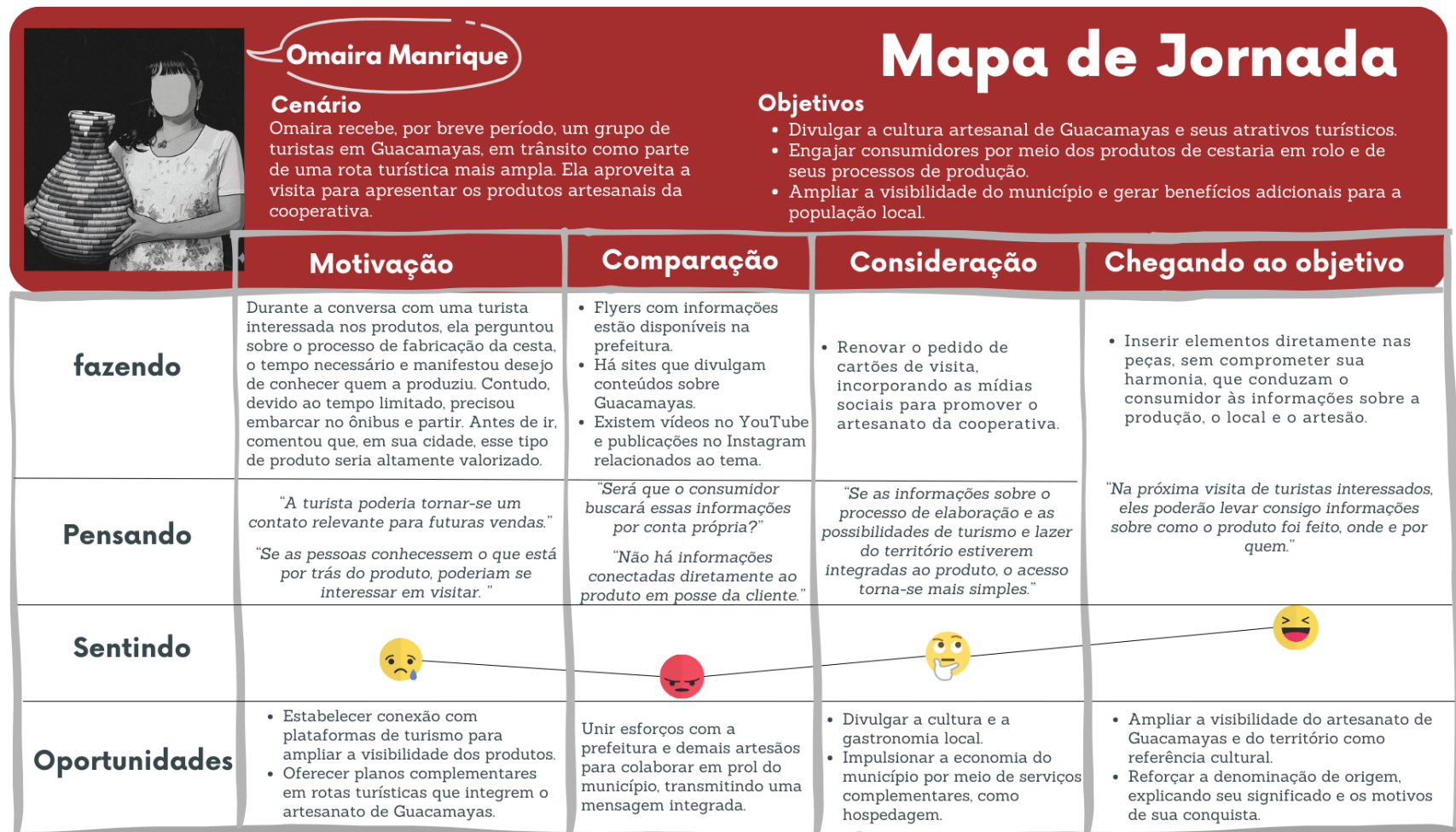
Frustrações

- Baixo fluxo de turistas na região.
- Remuneração insuficiente dos produtos artesanais.
- Dificuldade em apresentar de forma adequada o processo de criação e a qualidade das peças.

Personalidade



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 53 – atividade na jornada da *Persona 1*.

Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 54 – Persona 2.



Biografia

Francisco Silva nasceu em Guacamayas, onde, desde a infância, aprendeu com sua mãe a técnica da cestaria em rolo, em um ambiente familiar marcado pela tradição artesanal. Após 27 anos de aperfeiçoamento, fundou, em 2015, o Ateliê de Artesanato Frasilgo, que atualmente gera emprego direto para oito pessoas e oportunidades de trabalho para mais de 80 artesãos.

Participou de importantes exposições culturais, como a realizada no Museu de Artes e Tradições Populares de Bogotá, e, em 2020, recebeu a Medalha de Maestria Artesanal Contemporânea, em reconhecimento ao seu trabalho com o fique e à preservação de técnicas ancestrais.

Sua produção articula estilos tradicionais e contemporâneos, preservando a essência ancestral. Para ele, o artesanato transcende a função de subsistência, constituindo-se como forma de expressão de emoções e pensamentos, além de contribuir para o bem-estar familiar.

Interesses

A inovação, uso de materiais alternativos, cultivo de matérias-primas e participação em eventos expositivos.

Objetivos

- Desenvolver novos produtos de cestaria em rolo alinhados ao design contemporâneo.
- Expandir o reconhecimento nos mercados nacional e internacional.
- Preservar e continuar o legado familiar no artesanato.
- Aumentar a renda de empregados e colaboradores.

Frustrações

- Solicitações recorrentes de desconto nos produtos.
- Falta de tecnologia nos eventos para exibir vídeos do processo artesanal.
- Obstáculos na comercialização de peças de grande porte a turistas estrangeiros, devido às limitações de transporte.

Personalidade



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 55 – atividade na jornada da *Persona 2*.

Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 56 – Persona 3.



Teresa Duarte

Artesã independente

Idade: 38
 Estudos: -----
 Território: Guacamayas
 Condição social: Artesã - Mãe casada – atendente de padaria

Biografia

Teresa provém de uma família rural e aprendeu a técnica da cestaria em rolo ainda na infância, observando sua mãe e auxiliando na preparação dos tuches — feixes de palha com sisal utilizados na confecção das cestas. Atualmente reside na área urbana do município, é casada, tem dois filhos pequenos e colabora com o marido na padaria da qual ele é proprietário.

Nos momentos livres, dedica-se à produção de cestas e jaras de médio e grande porte, preferindo peças maiores que podem demandar até um mês de trabalho, por oferecerem maior retorno financeiro, embora o custo elevado dificulte a comercialização. Os produtos são disponibilizados no ponto de venda da associação de artesãos.

Teresa se considera uma artesã independente, capaz de apoiar diferentes organizações atuantes no município, colaborando na elaboração de peças para encomendas de maior escala, frequentemente destinadas ao mercado externo.

Interesses

As redes sociais, tendências de moda e maquiagem, além de testar receitas de doces e bolos.

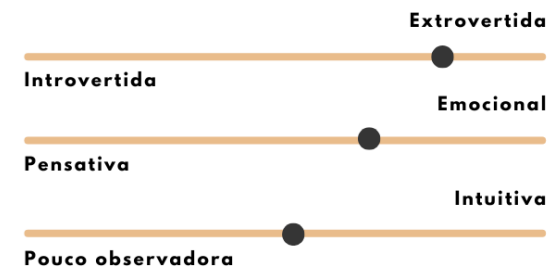
Objetivos

- Valorizar os produtos artesanais para alcançar melhor remuneração.
- Conquistar clientes e pedidos diretos, sem intermediários.
- Viabilizar a comercialização online.

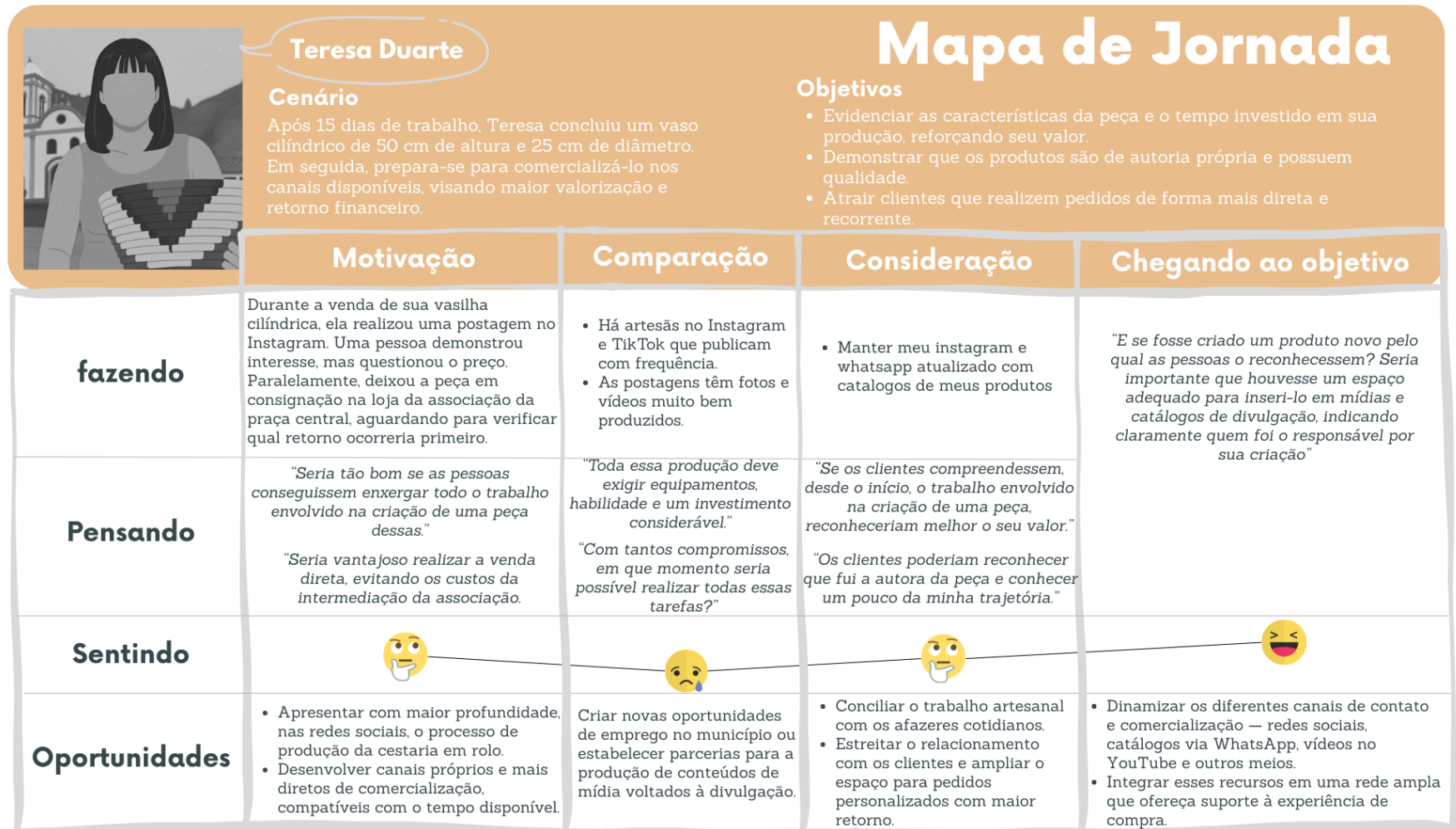
Frustrações

- Baixo engajamento dos clientes com os produtos artesanais.
- Escassez de tempo para dedicar à produção.
- Uso limitado das mídias sociais na comercialização.

Personalidade



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 57 – atividade na jornada da *Persona 3*.

Fonte: Elaborado pelo autor

Resumindo esta fase estratégica, constatou-se que, no que concerne à informação, o objetivo da ferramenta deve ser comunicar de maneira envolvente os aspectos pertinentes à fabricação do produto. O desenvolvimento da pesquisa possibilitou identificar a riqueza cultural, os saberes e os processos envolvidos na extração das matérias-primas, na aplicação das técnicas e nos elementos territoriais que impactam o resultado final. Ademais, evidenciou-se a necessidade de ampliar a visibilidade desses aspectos, frequentemente não percebidos ou diretamente associados ao produto pelo consumidor, salvo quando há a mediação de um terceiro.

Plano de escopo — Com base nas informações obtidas durante o trabalho de campo, aliadas ao material visual coletado, realiza-se uma seleção cuidadosa dos elementos que descrevem, de forma clara e concisa, os aspectos que compõem o desenvolvimento dos produtos artesanais. No caso do porta-copos, por exemplo, descreve-se a técnica de produção, que se inicia com a preparação das matérias-primas — palha e sisal, tratadas separadamente —, seguida pela construção do miolo, ponto de partida da espiral, e assim sucessivamente. Cada etapa deve ser apresentada com apoio de conteúdos escritos e visuais, proporcionando uma compreensão mais completa da prática artesanal. Do ponto de vista funcional, a ferramenta deve favorecer uma interação simples e direta: permitir a escolha de idioma já na entrada e oferecer acesso imediato, sem exigência de cadastro prévio, download de aplicativo ou outras barreiras que possam desestimular o uso.

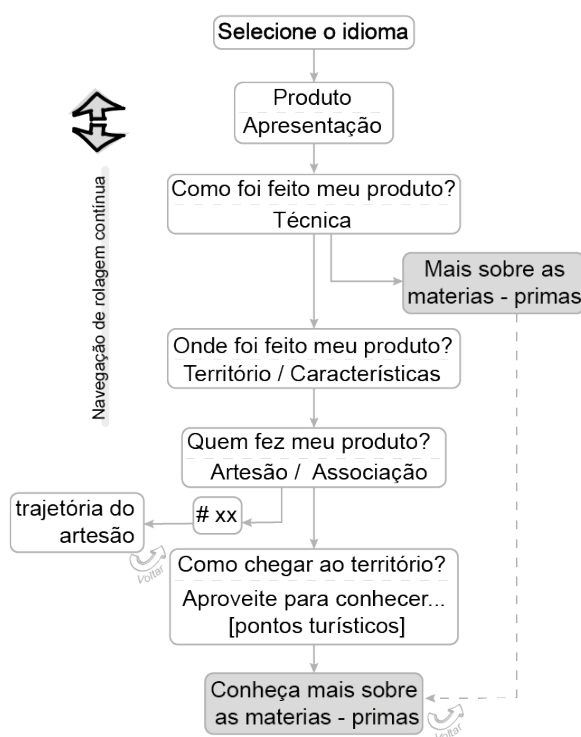
Plano de estrutura — Do ponto de vista da arquitetura da informação, as hierarquias são definidas com base nos próprios resultados do trabalho de campo e variam conforme o ofício artesanal e o território analisado. Durante as entrevistas, questionaram-se artesãos e pessoas com contato direto com o público sobre os principais interesses manifestados pelos clientes — ou seja, quais aspectos despertavam mais curiosidade ou eram mais frequentemente questionados. A partir do cruzamento dessas falas, começaram a emergir padrões. Em Guacamayas, o maior foco recai sobre a técnica de fabricação; já em Curití, as características da matéria-prima ganham maior destaque. Entre os relatos, identifica-se uma narrativa recorrente em torno desses aspectos, que pode orientar a organização do conteúdo dentro da ferramenta.

Dessa forma, optou-se pelo uso de uma *landing page* (ver página 56), por se tratar de uma solução voltada a um objetivo específico — neste caso, comunicar os aspectos relevantes relacionados à elaboração da peça artesanal que está nas mãos

do usuário — além de oferecer fácil acesso. A interação tem início com uma janela modal, que solicita ao usuário a escolha do idioma antes de prosseguir com a navegação. Na sequência, acessa-se a página principal, onde se concentra a maior parte do conteúdo.

Nesse espaço, uma ampliação sobre a matéria-prima é disponibilizada por meio de um link âncora, que conduz diretamente a uma seção explicativa localizada ao final da própria página, com a possibilidade de retorno ao ponto anterior sem recarregamento. Para facilitar a leitura e manter o engajamento, adotou-se uma estrutura de rolagem contínua (scroll infinito), evitando múltiplos cliques durante a navegação. Além disso, há uma única expansão secundária — um pop-up — dedicada à trajetória do artesão, por se tratar de um conteúdo individual e variável. A figura 58 apresenta a estrutura proposta.

Figura 58 - Plano de estrutura.



Fonte: elaborado pelo autor

Plano de esqueleto — Nesta etapa, foram definidos os conteúdos — textos e imagens — que serão exibidos no MVP, atendendo aos tópicos estabelecidos no plano de estrutura. Paralelamente, foi ajustado o design da interface, considerando os elementos necessários para uma navegação funcional e intuitiva. A figura 59 ilustra essa composição.

Figura 59 - Plano de esqueleto.

Selecione o idioma

Espan ol

Português

English



Porta-Copos

cestaria em rolo

elaborados com palha e sisal, originários de Guacamayas, Colômbia.



Tipo de produto

Apoio de mesa pequeno



Um produto pequeno, como o que está em suas mãos, pode levar de 2 a 4 horas para ser feito, desde que a matéria-prima já esteja pronta. Um conjunto com 4 a 6 peças pode ocupar um dia inteiro de trabalho de um artesão experiente, que tem dedicado anos ao aperfei amento da técnica

A Cestaria em Rolo



A cestaria em rolo, também conhecida como cestaria de espiral costurada,   uma técnica 100% manual que consiste na elaboração de objetos com dois elementos principais: a palha, que funciona como "alma", dando estrutura   peça, e a fibra de sisal, usada para revestimento e costura.

Saiba mais sobre as matérias-primas.

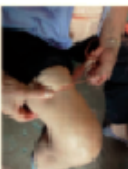
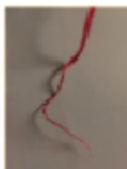
Como   feito meu produto?

Preparação inicial da matéria-prima

Com a ajuda de uma máquina rudimentar de pontas aguçadas, a fibra de sisal   "pontada" para separar as hebras e deixá-las o mais uniformes possível.



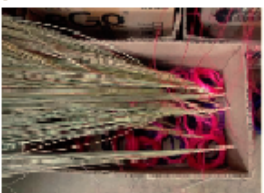
Juntando as fibras de sisal em "Pontas"

Os filamentos de sisal, em grupos de 4 a 25, são estendidos sobre a perna e torcidos em cerca de 10 cm, preparando-os para a costura. As pontas de fibra são armazenadas em cestos ou caixas ao alcance do artesão.

Juntando os tuos de palha em "Tuches"

Se tomam grupos de 30 a 70 palhas, dependendo da peça a ser produzida, e se amarram com filamentos de sisal.

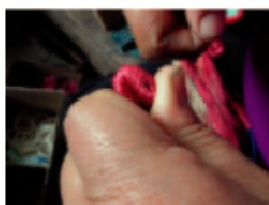


As Ferramentas



Para desenvolver as peças, utiliza-se principalmente uma agulha de itapeçaria, uma tesoura para cortar a palha e a fibra, e um metro para conferir as medidas.

O ponto de início "El empiece"



O "empiece" é a base da peça, com formato de umbigo e localizada no centro. Para criá-lo, um grupo de filamentos de sisal é enrolado em uma das pontas por cerca de 2 cm, prendendo as fibras. Em seguida, dobra-se ao meio, molda-se o umbigo com a agulha.

Criando a peça artesanal

Após fazer o empiece, a costura começa com a agulha, usando as pontas previamente preparadas. O rolo é engrossado com os lúches, e as pontas são unidas de forma oculta. Com a ajuda de um metro, mede-se a peça para garantir as dimensões desejadas.



Acabamento - Remate



Para finalizar, faz-se um corte diagonal na "alma" com a tesoura, concluindo a peça. A costura continua como nos rolos, garantindo acabamento uniforme. Uma inovação é substituir o material na última volta por cobre ou estanho, para dar um realce.



ONDE FOI FEITO MEU PRODUTO ARTESANAL?

O Município de Guacamayas está localizado no norte do departamento de Boyacá, na Cordilheira Oriental e nas proximidades do Parque Nacional do Nevado do Cocuy (PNN Cocuy), a uma altitude de 2.200 metros acima do nível do mar.



Este território é reconhecido pela produção de produtos utilizando a técnica artesanal da cestaria em rolo, feita com fibras naturais de sisal e palha. Em 2009, o artesanato obteve a denominação de origem, em um processo liderado pelo município, as associações e Artesanías de Colombia.

A denominação de origem destaca o território de produção de certos produtos, assegurando sua qualidade e características únicas, diferenciando-os de imitações.



Para obtê-la, exige-se a definição clara da origem geográfica; a influência das condições naturais, na matéria-prima e no produto final; a transmissão da experiência e das técnicas tradicionais entre gerações e a organização associativa dos produtores, representando a maioria da cadeia produtiva.

QUEM FEZ MEU PRODUTO ARTESANAL

As peças artesanais de Guacamayas são feitas por artesãos locais, que trabalham em comunidade para aprimorar a técnica e garantir a qualidade do produto.

O conhecimento da técnica é transmitido entre gerações, principalmente na família, mas também na escola e pela mesma comunidade, que ajudam a preservar a tradição.



Elvira Gómez, a primeira Mestra Artesã da cestaria em rolo do Território de Guacamayas.



Em Guacamayas, cerca de 300 artesãos trabalham em três organizações principais: a cooperativa **CREARCOOP**, fundada em 1999 como a primeira comercializadora local; a **Associação de Artesãos**, criada em 2006 com apoio da prefeitura; e a empresa independente **FRASILGO**, que produz e comercializa o artesanato da região.

Para mais detalhes sobre o artesanato desta peça, insira o número indicado na etiqueta.



COMO VISITAR GUACAMAYAS

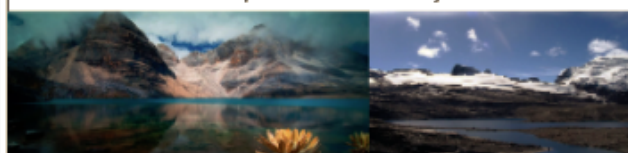


O município de Guacamayas está a 2.195 metros acima do nível do mar, ao norte do departamento de Boyacá, na Cordilheira Oriental, dentro da Província de Gutiérrez.

Fica a 226 km de Tunja, capital de Boyacá, e a 374 km de Bogotá, capital da Colômbia, um trajeto de cerca de dez horas por via terrestre. Sua temperatura média é de 18°C.

ATRATIVOS TURÍSTICOS NA REGIÃO

Parque Nacional Natural el Cocuy



Omaira Manrique

Artesã

Omaira Manrique é filha de renomados artesãos de Guacamayas, Boyacá, e desde os 13 anos já produzia jogos americanos na técnica da cestaria em rolo. Possui formação em liderança camponesa, onde aprendeu a trabalhar com comunidades. Em 1985, foi nomeada secretária da Casa do Tear de Arco, que, em 1992, tornou-se a Cooperativa Criatividade Artística (Creaarcoop), atualmente com 170 artesãos dedicados à cestaria em rolo.

Além de ser responsável pela comercialização dos produtos, participação em feiras e captação de clientes, Omaira inovou nos designs e introduziu materiais como estanho, cobre, vinil, prata, madeira e cerâmica. Cada peça é feita à mão, combinando palha branca do páramo e palha crespa.

Ela trabalha diretamente com os artesãos para definir o design e as combinações de cores ideais para cada peça. A cooperativa oferece mais de 120 produtos, incluindo jarros, portacopos, porta-guardanapos, fruteiras, cestos, recipientes e cadeiras.



[Voltar](#)



O maior glaciar da zona tropical fica no Parque Nacional Natural Güicán, Cocuy e Chita, fundado em 1977 e localizado no centro-oriental da Colômbia. Considerado um dos lugares mais fascinantes do país, abriga mais de 25 picos nevados e duas cadeias montanhosas com até 5.300 metros de altitude.

Como chegar?

El município del Cocuy fica aproximadamente a 10 km de Guacamayas. Chegando a El Cocuy, é necessário um veículo 4x4 para percorrer o trecho final até o parque, que leva entre uma e duas horas.

CONHEÇA MAIS SOBRE AS MATERIAS - PRIMAS

uma estrutura de *palha crespa ou branca*



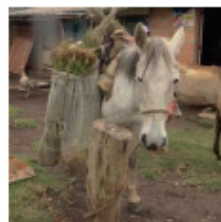
A palha crespa (*Calamagrostis effusa* e *Calamagrostis intermedia*) é coletada de forma sustentável nas proximidades da Reserva Natural do Cocuy, com autorização ambiental.

No local de aproveitamento, o coletor seleciona a planta, sendo a altura das fibras o principal parâmetro, e retira as fibras manualmente, repetindo o processo conforme a disponibilidade. As fibras não extraídas secam e se decompõem no solo do páramo.



A extração costuma ser feita em grupos de cinco artesãos, e cada coletor pode retirar até 200 libras de palha crespa (*Calamagrostis effusa*) por mês.

As fibras coletadas são transportadas a cavalo até os locais de uso ou venda. Uma artesã utiliza, em média, 20 libras de palha crespa por mês.



A palha branca é colhida pelos artesãos em seus próprios terrenos, nas áreas altas do município. Para reduzir o impacto, uma variação está sendo cultivada na área urbana, substituindo gradualmente a do páramo.

Um revestimento de *sisal*



A planta (*Furcraea macrophylla*)

O sisal da Colômbia (*Furcraea macrophylla*) é uma planta pequena, com tronco de até 30 cm e folhas de 1,5 a 2 m de altura. Suas folhas verdes crescem em espiral, e a produção de fibra começa entre 3 e 6 anos.

Corte

As folhas maduras são colhidas, mantendo ao menos 20 na planta. Realizam-se de 3 a 4 coletas anuais para preservar sua saúde e a qualidade da fibra. Se não florescer, a planta vive de 15 a 20 anos, mas a floração a mata imediatamente.



Desfibrado



É a separação da casca das folhas para extração das fibras de sisal. A folha contém pouca fibra útil, sendo composta majoritariamente por água. De 100 kg de folhas, apenas 4% são fibras aproveitáveis; o restante, formado por bagaço e sucros ricos em nutrientes, são usados como fertilizante.

lavagem e secado

A fibra é submersa em tanques de água por 24 horas para remover resíduos da folha, depois lavada e estendida ao ar livre para alcançar a cor branca natural. Dependendo do clima, a secagem leva de um a dois dias.



Penteado



Com a ajuda de uma máquina rudimentar de pontas aguçadas, a fibra é penteada para remover resíduos e prepará-la para o processo de tingimento.

Tingimento

A fibra é preparada com tinturas, mordentes, fixadores e suavizante, depois fervida por cerca de duas horas para absorver a cor. Em seguida, é resfriada, lavada e estendida para secar.



Repassar - penteado final



Novamente, com a ajuda de uma "penteadora" e um pouco de margarina vegetal, a fibra é penteada para ser usada na elaboração dos produtos artesanais.

Desde o corte das folhas até o penteado final, o processo leva de 4 a 5 dias, envolvendo a participação de 5 a 6 pessoas.

Plano de superfície — Nesta etapa, foram aprimorados os aspectos visuais da ferramenta, com atenção aos detalhes da interface. As referências estéticas foram extraídas do próprio ofício artesanal e do território de Guacamayas. Como foi possível observar no trabalho de campo, mas também nas imagens tanto dos produtos quanto do local apresentadas ao longo deste trabalho, há forte presença de elementos curvilíneos, já que a estrutura dos artefatos parte sempre de um centro espiralado, que organiza a forma e orienta todo o processo construtivo. Por isso, a tipografia escolhida acompanha essa característica, sendo mais arredondada e limpa.

Quanto à paleta de cores, embora Guacamayas seja reconhecida por tons vibrantes e contrastantes, optou-se por uma composição mais sóbria na interface, com o objetivo de destacar o conteúdo visual — como as imagens coloridas dos produtos — que deve assumir protagonismo na navegação. A seguir, as figuras 60 e 61 apresentam uma prévia do modelo de ferramenta digital desenvolvido. Logo abaixo, na figura 62, encontra-se o QR Code¹⁵, por meio do qual o usuário é convidado a acessar e explorar a versão completa do MVP.

Figura 60 - Amostra 1 do plano de superfície do produto desenvolvido .



Fonte: Elaborado pelo autor

¹⁵ Disponível em: <https://glade-merge-60562315.figma.site/>

Figura 52 - Amostra 2 do plano de superfície do produto desenvolvido.



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 53 - QR code.



Fonte: Elaborado pelo autor

É importante sublinhar que este modelo de ferramenta foi desenvolvido com base nos fatores identificados para o ofício artesanal e o contexto específico analisado, e que sua configuração deve sempre ser adaptada ao território e ao tipo de produto em questão. A proposta chega, neste ponto, à forma de um MVP, cuja eficiência deve ser validada por meio de testes de usabilidade.

4.2 Complementos para o funcionamento da ferramenta digital.

Como já mencionado, o ponto de acesso à *landing page* se dá por meio de um código de resposta rápida, o QR Code. Ele foi escolhido como interface de entrada por ser cada vez mais presente nas jornadas de consumo, além de poder ser lido rapidamente pela maioria das câmeras de celulares. Sua versatilidade permite o direcionamento a diversos tipos de conteúdo — como informações de produtos e serviços, localizações, sistemas de pagamento e outros recursos digitais.

Os QR Codes podem estar disponíveis em formato digital ou físico — como é o caso desta proposta —, e a superfície onde forem impressos ou aplicados, assim como o seu tamanho, devem permitir sua leitura correta. Esse aspecto também precisa ser testado previamente, a fim de garantir que a ferramenta digital seja acessada de maneira eficiente.

Ressalta-se essa observação porque há diversas formas de aplicar QR Codes no mercado. Eles podem, por exemplo, ser estampados em etiquetas — o que, no caso de produtos como bolsas da linha de moda, de Curití, seria ideal, já que o código poderia ser costurado diretamente à peça. Também é possível aplicá-los em embalagens ou em etiquetas fixadas ao próprio produto.

O mais recomendável, contudo, é que o QR Code permaneça integrado e durável, acompanhando a peça artesanal de forma permanente. Essa decisão, no entanto, deve considerar o tipo de produto, as superfícies visíveis ou ocultas disponíveis, bem como fatores como a facilidade de aplicação e o impacto visual sobre a estética do objeto. No caso de Guacamayas, é especialmente importante definir com precisão a localização do código, uma vez que uma das principais características visuais das peças é o crescimento da espiral central e a variação de cores ao longo dessa estrutura.

Outro aspecto relevante que deverá acompanhar o QR Code, independentemente de onde for aplicado, é o número de cadastro do artesão. Esse número direcionará o usuário a uma janela emergente com informações específicas

sobre o profissional. Tais informações serão particulares, confeccionadas individualmente, e o código correspondente deverá ser inserido pelo usuário no espaço “Quem fez meu produto?”, possibilitando o acesso ao perfil do artesão responsável.

4.2.1 Diretrizes para a interface de entrada de dados.

Ao considerar o design da ferramenta digital sob uma perspectiva sistêmica, entende-se que, além da interface da página principal — voltada à interação com os usuários consumidores no momento em que entram em contato com o produto —, há também um segundo tipo de usuário envolvido: os próprios artesãos ou colaboradores responsáveis por inserir os dados referentes às características do produto. Essas informações são fundamentais para gerar o QR Code, que posteriormente será aplicado no suporte que acompanhará a peça artesanal.

Dessa forma, para facilitar tanto a etapa de cadastro quanto o desenvolvimento da ferramenta, destaca-se a importância de definir, desde o início, categorias e atributos comuns a diferentes produtos, de modo a representar um número maior de variações. Esses parâmetros poderão ser refinados ao longo do tempo, permitindo captar de forma mais precisa as particularidades de cada item. O foco está, sobretudo, na identificação dos fatores constantes e variáveis, o que permite otimizar o registro das informações. A seguir, apresenta-se o quadro 19 com um exemplo básico dessa estrutura, aplicado ao caso de Guacamayas em seu estágio inicial.

Quadro 19 - Diretrizes de cadastro

Categoria	Características	Variável / Constante	Descrição
Técnica aplicada	cestaria em rolo	constante	É a técnica-base utilizada por todos os artesãos do território e que integra a denominação de origem. Por isso, as informações relativas a ela são comuns a todos.
Materia - prima	Fibras de sisal e Palha de Páramo	constante	Embora haja inovações nos produtos, como o uso pontual de materiais alternativos — por exemplo, o cobre em alguns detalhes —, essas variações tendem a ser temporárias e podem sair de circulação. Assim, as informações sobre a obtenção da matéria-prima (Fibras de Sisal e palha de páramo) permanecem comuns a todos.
Produto artesanal	Tipo de produto	Variável	Refere-se aos diferentes tipos de produtos elaborados com a técnica. Neste caso, as denominações que abrangem uma maior variedade incluem: apoios de mesa, bandejas, jarras, cestas, vasos e fruteiros. Embora existam outros tipos, priorizam-se aqueles com maior saída comercial.
	Tamanho	Variável	Apesar de este item poder variar bastante, entre os próprios artesãos da região já existe uma padronização nos tamanhos: pequeno, médio e grande. Essa é a forma como costumam se referir aos produtos, sendo, portanto, recomendável adotar essa classificação
	Tempo de fabricação	Variável	O tempo de fabricação, uma variável importante a ser exibida, depende diretamente do tipo e do tamanho do produto. Assim, com base nas informações fornecidas pelos artesãos, é possível estabelecer intervalos padrão por meio de um cruzamento de probabilidades. No exemplo apresentado: apoio de mesa + pequeno = de 2 a 4 horas para produzir uma unidade

	Cor	Variável	A cor é uma característica altamente variável e, por isso, difícil de ser padronizada nesta ferramenta. Existem peças multicoloridas, monocromáticas ou de cor única, o que inviabiliza uma classificação fixa. Nesse caso, a melhor forma de comunicar essa diversidade é por meio das imagens dos produtos, evidenciando visualmente as diferentes combinações possíveis.
Território	O local — como chegar — atrativos turísticos ou de interesse para visitantes	constante	Todas as características do território onde o artesanato é produzido — desde dados geográficos e formas de acesso até aspectos ambientais e atrativos turísticos — são comuns a todos os artesãos de Guacamayas, sendo, portanto, informações constantes.
Comunidade	Organizações – Cooperativas – Associações	constante	Para o caso de Guacamayas, esse item foi considerado constante, pois, apesar da existência de três organizações distintas, alguns artesãos atuam em mais de uma delas. Por isso, optou-se por agrupá-las na referência, destacando também a primeira mestra artesã em cestaria em rolo reconhecida pela Artesanías de Colombia no território. No entanto, sob outra abordagem, seria possível apresentar as organizações de forma separada.
	Artesão responsável pela produção do produto artesanal	Variável	As informações relativas aos artesãos são as mais variáveis e particulares entre os aspectos abordados. Por essa razão, a proposta é elaborar um perfil individual para cada artesão cadastrado, destacando sua trajetória, imagens de seus produtos, fotografia (caso deseje), bem como prêmios recebidos, domínio técnico específico ou especialização em determinado tipo de produto. Por se tratar de um espaço individual, também é possível incluir links para redes sociais e canais de contato, facilitando futuras interações.

Fonte: Elaborado pelo autor

4.2.2 Geração de códigos QR Code

Considerando a logística envolvida no uso da ferramenta digital, entende-se que para cada tipo de produto deverá ser gerado um QR Code vinculado ao número de cadastro do artesão. Ambos devem ser integrados em uma etiqueta — impressa ou estampada, conforme o caso — e aplicados diretamente ao produto.

Embora à primeira vista o processo possa parecer trabalhoso, é possível recorrer a padrões e variações recorrentes observadas no próprio território e dentro da comunidade artesanal. Por exemplo, em conversas com uma artesã de Curití, foi relatado que, apesar de produzir diferentes itens, sua atividade está concentrada na confecção de bolsas de sisal utilizando técnicas de crochê e tricô, variando nos pontos, desenhos e cores. Comercialmente, os tamanhos mais vendidos são pequeno e médio. Nesse caso específico, nos estágios iniciais de implementação da ferramenta, seriam necessárias apenas quatro variações de etiqueta: duas com o QR Code e o número de cadastro para bolsas em crochê (pequena e média) e duas para bolsas em tricô (também nos dois tamanhos), considerando que as principais variáveis são a técnica empregada e o porte do produto.

Com a adoção da ferramenta, essas etiquetas podem ser elaboradas previamente e aplicadas ao final da produção, otimizando o processo sem comprometer a identificação artesanal.

Por outro lado, compreende-se que, em zonas rurais dos territórios colombianos, ainda persistem significativas brechas tecnológicas, como o acesso limitado à internet ou mesmo a equipamentos básicos, como computadores. Essa limitação acompanha a realidade de muitos artesãos que, além de lidarem com desafios estruturais, nem sempre se dedicam exclusivamente ao ofício artesanal. Nesse contexto, torna-se fundamental o reconhecimento dos atores envolvidos no fortalecimento da atividade artesanal, conforme mencionado na página 175, uma vez que, a partir de suas instâncias de atuação, podem oferecer suporte à realização de cadastros, à impressão de etiquetas ou atuar como pontos de apoio logístico, quando necessário. Um formulário correspondente à *landing page* construída aqui para o porta-copos de Guacamayas está apresentado na figura 63.

Figura 63 - Formulário para geração de QR code.

Geração de QR Codes para o artesanato do território de Guacamayas

Nome do(a) Artesão(ã)	# de Cadastro

Escolher tipo de Produto

☒ Apoio de mesa	☐ Bandeja	☐ Fruteiro
☐ Cesta	☐ Jarra	☐ Vaso

Selecionar o tamanho do Produto

☒ Pequeno	☐ Médio	☐ Grande
--	-----------------------------	------------------------------

Escolha a organização à qual pertence

☐ Cooperativa CREARCOOP	☐ Associação de Artesãos	☐ FRASILGO
--	---	--------------------------------

ENVIAR

Fonte: Elaborado pelo autor

Como se pode observar, o formulário apresenta apenas as categorias variáveis — e, neste caso, foi incluído o item referente às organizações, com o objetivo de demonstrar a possibilidade de incorporar esse campo quando se busca uma abordagem mais completa. Parte-se do pressuposto de que as demais informações já integram uma estrutura padrão, comum a todos os produtos desenvolvidos naquele território. Assim, sem adentrar o campo da programação de código — por não se tratar do escopo deste trabalho —, entende-se que, uma vez padronizados os demais elementos das informações a serem exibidas (como sugere o próprio título “*QR Code para o artesanato do território de Guacamayas*”), o sistema, ao receber os dados variáveis preenchidos, gera automaticamente o QR Code correspondente à *landing page* específica, no momento em que o usuário aciona o envio.

Para finalizar este capítulo, que apresentou o desenvolvimento do modelo da ferramenta digital como resultado da pesquisa aplicada, reforça-se que a eficácia de

qualquer solução digital depende da realização de testes e processos de validação — especialmente em modelos que envolvem múltiplos atores para seu funcionamento adequado. Ainda que este trabalho se apresente como um estudo de caso com caráter propositivo, e considerando os limites do foco da pesquisa, destaca-se a necessidade de envolvimento de entidades de fomento, tanto públicas quanto privadas, bem como de profissionais especializados das áreas de computação e design digital, a fim de viabilizar seu desenvolvimento de forma satisfatória.

5.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo tem por finalidade encerrar as reflexões desenvolvidas ao longo do trabalho, retomando as diretrizes estabelecidas na introdução e fundamentadas tanto pelo percurso investigativo quanto pela metodologia aplicada. Além disso, são discutidas as limitações observadas no processo, destacados os principais aportes da pesquisa e apresentadas recomendações para estudos futuros.

5.1 Principais constatações

Fundamentado na investigação e análise do contexto artesanal colombiano, o foco central desta pesquisa foi elaborar uma proposta de projeto, sob a perspectiva do design, que contribuísse para a preservação do patrimônio cultural vinculado ao artesanato de tradição. Parte-se do entendimento de que essa preservação pode ocorrer por meio da continuidade do ofício artesanal e da valorização dos produtos locais que dele se originam, especialmente em um cenário contemporâneo marcado pela presença constante das tecnologias digitais no cotidiano.

A partir dessa perspectiva, por meio de um estudo de caso com duas comunidades artesanais localizadas na região centro-leste do país — ambas reconhecidas pela utilização da fibra de sisal na elaboração de seus produtos —, buscou-se compreender as dinâmicas internas e externas aos territórios que influenciam os processos de criação, divulgação e comercialização das peças, bem como as iniciativas voltadas à sua valorização e ao reconhecimento das especificidades dos processos produtivos, buscando favorecer que esse reconhecimento resulte em uma remuneração justa que viabilize a sustentabilidade do ofício artesanal.

No que se refere às dinâmicas externas ao território, a revisão documental sobre a atuação da principal entidade de fomento ao artesanato no país — Artesanías de Colombia — evidenciou um compromisso institucional com o apoio às comunidades artesanais por meio de programas que envolvem capacitação, intermediação, ações de preservação do patrimônio imaterial dos ofícios e promoção comercial, esta última realizada por meio de eventos feriais, lojas físicas e virtuais, além de sites e aplicativos especializados.

No entanto, em consonância com o foco desta pesquisa — que compreende a conservação do patrimônio também como resultado da continuidade da prática

artesanal e da valorização dos produtos, de modo a estimular que novas gerações a considerem uma opção de vida —, observa-se que tanto os dados do último censo setorial (2019), conduzido pela própria instituição, quanto os relatos obtidos em campo indicam que essas iniciativas alcançam apenas cerca de um terço da população artesã.

O trabalho de campo evidenciou que a associatividades facilita a articulação com entidades em níveis nacional e regional. Em Guacamayas, as três organizações existentes, por atenderem a um território menos populoso, concentram a maioria dos artesãos, o que favorece ações conjuntas como o reconhecimento da denominação de origem, a atuação como fornecedoras das lojas da Artesanías de Colombia e o acesso a incentivos para participação em feiras. Em Curití, embora as organizações e alguns artesãos tradicionais tenham visibilidade nos espaços de promoção nacional, a maior extensão territorial e a diversidade de atores dificultam a integração. Relatos dos artesãos entrevistados indicam que muitos deles nunca participaram de eventos nacionais e concentram suas vendas no próprio território e, especialmente entre as novas gerações, por meio de mídias sociais e canais digitais. Esse panorama reforça a heterogeneidade dos cenários comerciais e de promoção do artesanato na Colômbia, reconhecendo a diversidade de realidades em que o produto artesanal pode circular.

Considerando que o setor artesanal não é alheio às dinâmicas sociais atuais, marcadas pela centralidade da tecnologia e da interação digital — como se evidenciou durante a pandemia e o isolamento social, registrados no decorrer desta pesquisa —, e reconhecendo a relação histórica e contínua entre o design e o fazer artesanal no decorrer dessas mudanças contemporâneas, este trabalho foi orientado pela intenção de fortalecer a preservação do artesanato tradicional colombiano e do patrimônio cultural a ele associado. Para isso, partiu-se da hipótese de que o desenvolvimento de uma ferramenta digital de apoio, capaz de acompanhar o produto artesanal onde quer que ele esteja e de comunicar os saberes e práticas envolvidos em sua elaboração — desde a obtenção da matéria-prima até as técnicas de transformação, incluindo seus aspectos culturais e territoriais — poderia contribuir para o fortalecimento do ofício artesanal tradicional colombiano, promovendo sua continuidade por meio de sua valorização.

Para o desdobramento da hipótese, já com foco no contexto digital, a revisão sistemática da literatura indicou que, nas iniciativas voltadas à conservação do

patrimônio cultural associado ao artesanato tradicional por meio de plataformas digitais, predominam ações de comercialização via e-commerce, criação de sites para registro das técnicas artesanais e interação com consumidores por mídias sociais. De forma complementar, no caso colombiano, identificaram-se dinâmicas semelhantes promovidas pela entidade Artesanías de Colombia, como o programa *Artesão Digital*, que visa capacitar artesãos na divulgação e venda por redes sociais, desenvolvimento de sites próprios e uso do aplicativo *Colombia Artesanal*, vinculado ao turismo, para promover rotas de imersão nos territórios marcados por ofícios artesanais.

A bibliografia consultada sobre design e território foi determinante para o desenvolvimento da ferramenta digital voltada à valorização do ofício artesanal e dos saberes e práticas que envolvem a elaboração dos produtos. Com base nesse referencial teórico e no trabalho de campo, definiram-se os principais tópicos a serem considerados: matéria-prima, técnica artesanal, características do produto, perfil do artesão, território, atores envolvidos e registro fotográfico e audiovisual. Ainda que nem todos esses aspectos estejam representados de forma direta na interface da ferramenta — como é o caso dos atores envolvidos —, são considerados essenciais para viabilizar sua futura implementação.

Já no processo de estruturação do modelo, confirma-se que, embora tanto Curití quanto Guacamayas utilizem o sisal como matéria-prima comum e elemento identitário de seus ofícios, as influências territoriais são determinantes para a escolha e organização dos conteúdos a serem apresentados, ainda que sua base derive dos tópicos previamente estabelecidos.

No caso da cestaria em rolo de Guacamayas, ofício tomado como referência, o modelo tem início com uma descrição detalhada do processo de produção, pois, segundo os(as) artesãos(ãs) entrevistados(as), essa é a principal demanda dos consumidores. Soma-se a isso o fato de o produto possuir denominação de origem, o que reforça sua relevância. Em um possível desenvolvimento para Curití, a hierarquia das informações se alteraria, uma vez que o interesse local recai principalmente sobre o processo de extração e preparo da fibra — por ser de origem natural — e sobre a valorização do trabalho manual envolvido na confecção das peças.

5.2 Limitações e destaques do estudo

Entre as limitações enfrentadas no desenvolvimento da pesquisa, destaca-se, em sua fase inicial, a escassez de referencial teórico que abordasse o uso da tecnologia na preservação do patrimônio cultural vinculado ao artesanato tradicional, especialmente sob a perspectiva da continuidade, considerando tanto a divulgação quanto o consumo dos próprios produtos. Grande parte dos estudos encontrados tratava da tecnologia e dos meios digitais apenas como ferramentas voltadas à conservação da memória dos modos de fazer. Tampouco foram identificadas referências relevantes em bases de dados que abordassem esse viés no contexto latino-americano, o que representou um entrave para comparações mais aprofundadas dentro do próprio continente.

Essa limitação teórica inicial também se refletiu na investigação sobre o contexto artesanal colombiano. Embora tenham sido identificados autores relevantes que tratam de aspectos gerais e de marcos históricos — como o reconhecimento do artesanato como ofício criativo, autônomo em relação à indústria e vinculado a um contexto cultural —, observou-se escassez de referencial teórico e científico voltado às especificidades regionais do país, e ainda mais limitado no que se refere às contribuições do design para o setor artesanal. Mesmo o material utilizado na análise documental — disponível na biblioteca digital CENDAR, da entidade Artesanías de Colombia —, embora fundamental para compreender sua atuação junto às comunidades e para revelar a participação de designers em diversos programas da entidade com os artesãos, não apresentou contribuições teóricas relevantes além do enquadramento histórico mencionado.

No que se refere ao uso de meios digitais como recurso para a promoção das qualidades envolvidas na fabricação de produtos artesanais, bem como para sua comercialização, reconhece-se o trabalho desenvolvido por Artesanías de Colombia, que, por meio de seus canais institucionais, divulga imagens, vídeos e conteúdos audiovisuais sobre os ofícios, o cuidado com as matérias-primas, a participação dos artesãos e das comunidades às quais pertencem. Além disso, a entidade capacita e incentiva os próprios artesãos a produzirem e compartilharem seus materiais, especialmente por meio das redes sociais.

No entanto, a análise dos espaços de comercialização — sobretudo dos físicos — não evidenciou o uso efetivo desses recursos como meio de promover conexões

mais significativas com o consumidor. Ainda que se reconheçam limitações logísticas e demandas tecnológicas específicas que possam restringir sua aplicação em determinados contextos, observou-se também que, do ponto de vista do conteúdo, não há um desenvolvimento sistêmico orientado pelas características e especificidades de cada ofício e território. Nessas lacunas residem justamente os principais pontos de contribuição deste projeto.

Nesse contexto, destaca-se entre os principais aportes deste projeto a possibilidade de acompanhar o produto artesanal com a apresentação de aspectos relevantes relacionados à sua fabricação — seja em uma feira regional ou internacional, ou em uma loja local, dentro ou fora de seu território de origem. Para isso, implementou-se o uso do QR Code como ferramenta de acesso às informações, recurso cada vez mais presente nos contextos contemporâneos de consumo. Além disso, a proposta se orienta por uma lógica mais democrática, visando alcançar tanto cooperativas e artesãos consolidados quanto aqueles em início de trajetória, que ainda não dispõem de recursos para participar dos grandes circuitos comerciais — ou que optam por manter a comercialização restrita ao território de origem.

A abordagem sistêmica e a natureza interdisciplinar do design permitiram integrar as diferentes dimensões que envolvem o artesanato de tradição, tanto na estruturação do conteúdo quanto no planejamento e construção do modelo digital proposto. Embora sua atuação já se verifique em outras experiências de valorização das práticas artesanais colombianas, neste caso específico — voltado concretamente aos contextos de comunicação e comercialização —, evidencia-se sua capacidade de articulação entre realidades que coexistem no presente: o fazer tradicional, enraizado no território e em saberes locais, cuja natureza, guarda vínculos com o patrimônio cultural; e, por outro lado, as possibilidades de projeção em conjunturas globais marcadas pela presença do digital, características que marcam o campo do design contemporâneo.

5.3 Recomendações para estudos futuros.

Para pesquisas subsequentes com base neste estudo, sugerem-se os seguintes encaminhamentos:

No contexto artesanal, tanto na Colômbia quanto em outros países da América Latina, identificam-se iniciativas voltadas ao mapeamento de ofícios e de seus

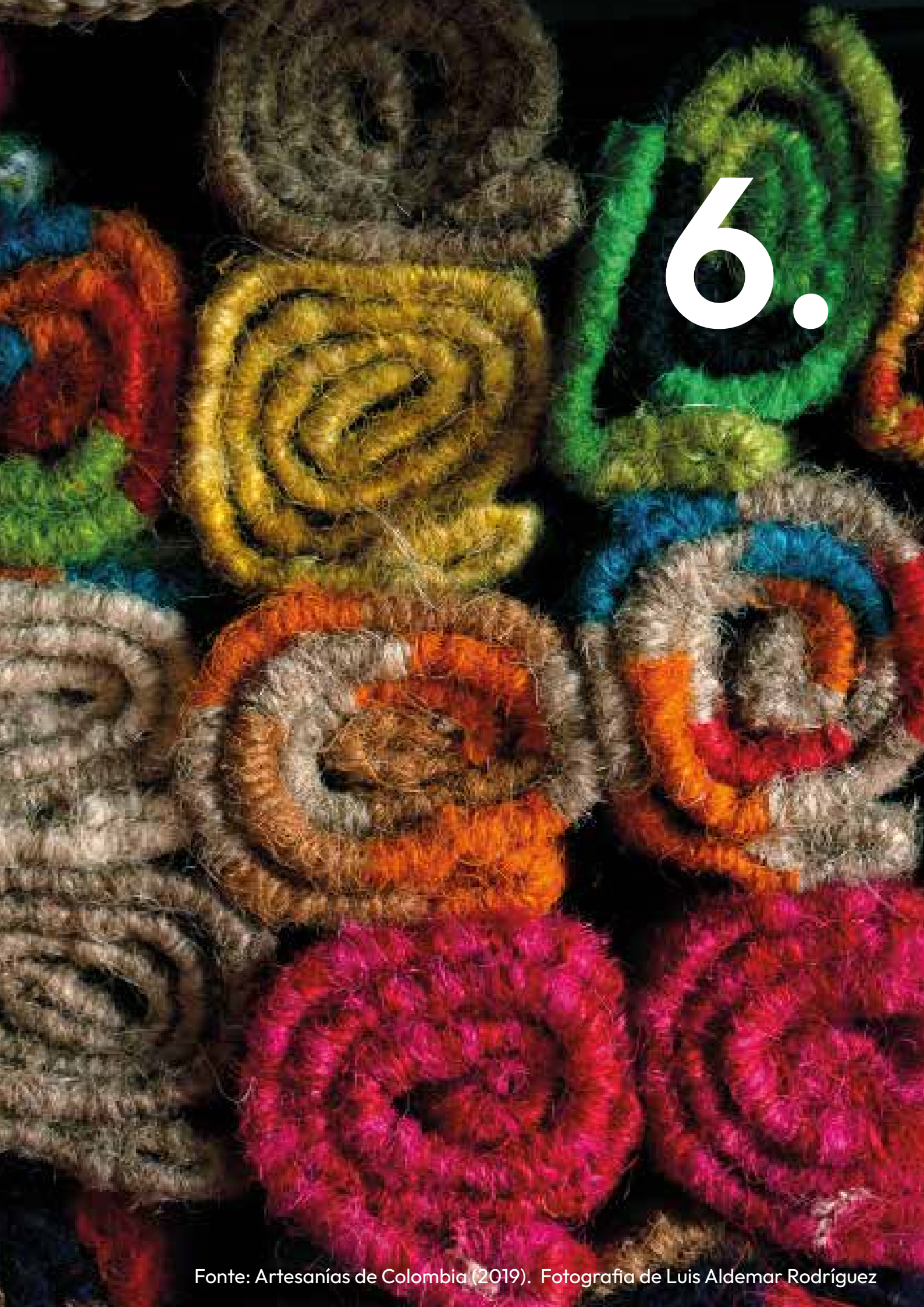
respectivos artesãos, sendo o caso colombiano um exemplo representativo, com a criação do sistema *RUAC* – Registro Único de Artesãos da Colômbia –, que busca constituir uma base de dados capaz de articular diversas ações por parte de entidades de fomento. Diante desse cenário, considerar o cruzamento de metadados dessa natureza para alimentar ferramentas de registro de produtos artesanais – como a que foi proposta aqui –, com base nas características territoriais discutidas neste trabalho, pode ampliar os alcances da solução digital que a presente pesquisa apresentou e favorecer sua implementação em escala mais abrangente.

Nesse sentido, por se tratar de uma proposta digital, contempla-se também a possibilidade de integração com plataformas de exposição e comercialização online, ampliando o potencial de difusão e visibilidade dos produtos, e favorecendo tanto sua valorização quanto a do território de origem.

Outro ponto a ser destacado, é o potencial de uso do modelo aqui apresentado para valorização artesanal em outros países, podendo, ainda, ser customizado de acordo com as necessidades do cenário atendido, a partir do emprego de uma equipe multidisciplinar contendo representantes das comunidades, designers, programadores, entre outros profissionais.

Adicionalmente, diante do acelerado avanço tecnológico e digital — especialmente com o surgimento da inteligência artificial —, vislumbram-se caminhos para etapas subsequentes em que não seja mais necessário depender de um QR Code para acessar o conteúdo da ferramenta aqui proposta. A simples abertura da câmera de um dispositivo, direcionada ao próprio produto artesanal, poderia ser suficiente para identificar automaticamente suas características identitárias — como técnica, material, forma, origem — e, assim, apresentar de forma ágil o imaginário associado à sua elaboração, o que poderia contribuir para sua valorização e reconhecimento.

Por fim, as dificuldades encontradas na busca por referencial teórico sobre a relação entre design e artesanato na Colômbia, especialmente sob uma abordagem acadêmica, contrastam com a ampla atuação profissional junto às comunidades artesanais. Essa lacuna, no entanto, representa uma importante oportunidade para o aprofundamento dos estudos sobre o design colombiano, mas que se estende para outras nacionalidades de produção artesanal, podendo abrir novos caminhos de investigação.



6.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. **O que é contemporâneo? E outros ensaios**. Santa Catarina: Argos, 2009.

ANDRADE, A. M; CAVALCANTI, V. **LABORATÓRIO O IMAGINÁRIO: uma trajetória entre design e artesanato**. Recife: Zoludesign, 2020. Disponível em: <file:///Users/tempus/Documents/Libros%20PDF/Libro%20Laborato%CC%81rio%20%20Imagina%CC%81rio%202020.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2024

ALBINO, C. **À procura de práticas sábias: design e artesanato na significação dos territórios**. 1. ed. Coimbra: CEARTE, 2017.

ALCALDIA DE CURITÍ - SANTANDER COLOMBIA. **Documentos sobre el Municipio de Curiti/economia**. 2014. Disponível em: <<http://curiti-santander.gov.co/apc-aa-files/65366263366632373739336536366462/economia.pdf>>. Acesso em: 18 mai. 2022.

ALWIYAH; STEELYANA, E.; SAYYIDA; TAHIR, I. The survival of Batik Madura in digital era: a case study of small medium enterprises (SME) at Batik Madura Center. **Pertanika Journal of Social Science and Humanities**, v. 28, p. 43–57, 2020.

ARDILA, I. **El pueblo de los guanes: raíz gloriosa y fecunda de Santander**. Bogotá: SENA, 1978.

ARANGUREN, F. Gobernación de Boyacá realizará la feria multisectorial 'Conoce lo Nuestro'. **Prensa Secretaría de Desarrollo Empresarial**. UACP - Gobernación de Boyacá, 2022. Disponível em: <https://www.boyaca.gov.co/secretariadesarrolloempresarial/gobernacion-de-boyaca-realizara-la-feria-multisectorial-conoce-lo-nuestro/>. Acesso em: 17 maio 2025.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **CENDAR, un aporte al patrimonio de Colombia**. Por Cendar – Sistema de Información para la Artesanía – Siart. 2 maio 2016. Disponível em: https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/cendar-un-aporte-al-patrimonio-de-colombia_7773. Acesso em: 2 jun. 2025.

_____. **Denominaciones de origen, protagonistas en Bogotá**. Elaboração: Sistema de Información para la Artesanía – SIART. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2018. Disponível em: https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/denominaciones-de-origen-protagonistas-en-bogota_11746. Acesso em: 17 maio 2025.

_____. **Reporte del sector artesanal en Colombia: año 2019**. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2019a. Disponível em: https://artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/34583_panorama_arte_sanal_ilustrado.pdf. Acesso em: 17 maio 2025.

_____. **Día Nacional del Artesano – Medalla a la Maestría Artesanal 2019:** 41 años. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2019b. Disponível em: https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/31186_pliegos_medalla_2019.pdf. Acesso em: 17 maio 2025.

_____. **Artesanías de Colombia lanza plataforma digital que ofrece 12 rutas turísticas artesanales.** 16 dez. 2021a. Disponível em: https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/artesanias-de-colombia-lanza-plataforma-digital-que-ofrece-12-rutas-turisticas-artesanales_15035. Acesso em: 2 jun. 2025.

_____. **Estrategia de ampliación de la cobertura geográfica y demográfica de Artesanías de Colombia:** Laboratorios de Innovación y Diseño. Por Sistema de Información para la Artesanía – Siart. [2021b?]. Disponível em: https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/laboratorios-de-innovacion-y-diseno_7994. Acesso em: 2 jun. 2025.

_____. **Programa Nacional de Asesorías Puntuales.** Por Sistema de Información para la Artesanía – Siart. [2021c?]. Disponível em: https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/programa-nacional-de-asesorias-puntuales_9426. Acesso em: 2 jun. 2025.

_____. **El sector en Colombia:** la artesanía y su clasificación. La artesanía y su clasificación. [2022?] Disponível em: https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesania-y-su-clasificacion_82. Acesso em: 10 jan. 2022.

_____. **Estatutos sociales de Artesanías de Colombia S.A.** Versión actualizada 2023. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2023a. Disponível em: [https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/41511_23.9.20_estatutos_adc_2023_aprobados_\(version_actualizada_2023\).pdf](https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/41511_23.9.20_estatutos_adc_2023_aprobados_(version_actualizada_2023).pdf). Acesso em: 7 maio 2024.

_____. **Artesanías de Colombia S.A. BIC presenta el RUAC.** Elaboração: Asesora de Comunicaciones y SIART. Bogotá: Artesanías de Colombia, 13 out. 2023b. Disponível em: https://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/artesanias-de-colombia-sa-bic-presenta-el-ruac_15869. Acesso em: 12 maio 2025.

_____. **Haz parte de Expoartesanías 2023:** ¡ya están abiertas las inscripciones! Por Asesora de Comunicaciones. 2023c. Disponível em: https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_ferias/haz-parte-de-expoartesanias-2023-ya-estan-abiertas-las-inscripciones_15572. Acesso em: 2 jun. 2025.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.-BIC; CENTRO INTERNACIONAL DE NEGOCIOS Y EXPOSICIONES – CORFERIAS. **Manual de participación EXPOARTESANÍAS 2023.** Bogotá, 2023. Disponível em: https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/42415_manual_de_participacion_expoartesanias_2023.pdf. Acesso em: 7 maio 2025.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA; MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. **Asesoría a las unidades artesanales en diseño, producción y comercialización para el desarrollo de la oferta de producto desde el laboratorio de diseño e innovación de Boyacá. Tunja:** Artesanías de Colombia, 2018. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/5511/1/INST-D%202018.%20102.pdf>. Acesso em: 17 maio 2025.

ARTESANIAS FRASILGO. [Foto da loja em Guacamayas]. Instagram, 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/artesantiasfrasilgo/>. Acesso em: 10 maio 2025.

ASTECUR. **Fotografia da Associação de Tejedores de Curití publicada na matéria Curití, en camino al éxito internacional.** 2017. Fotografia. Disponível em: https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/curiti-en-camino-al-exito-internacional_9707. Acesso em: 2 jun. 2025.

ATELIER ONGD. **Fique: historia y futuro de una fibra vegetal. Produção no âmbito do projeto DIVERSIFIQUE:** Promoción nacional e internacional del uso y diversificación de la fibra natural de fique. [S.l.]: Atelier ONGD, 2011. Fotografias. Disponível em: <https://eurofique.info/storage/2023/06/fique-historia-y-futuro-de-una-fibra-vegetal-1.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2024.

ARTESOL, Artesanato Solidário. **Artesanato Brasileiro: o que é.** [2022?] Disponível em: <https://www.artesol.org.br/conteudos/visualizar/O-que-e-conceitos>. Acesso em: 10 jan. 2022.

BANCO DE LA REPÚBLICA (Bucaramanga). **El arte del tejido en el país de Guane.** Bogotá: Banco de la República, 1993. Disponível em: <https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll18/id/522/>. Acesso em: 24 abr. 2025.

BAUTISTA, A.; VILLADA, J.; MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; ARTESANÍAS DE COLOMBIA; INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN (ICONTEC). **Referencial nacional de cestería:** capítulo fique – comunidad artesanal de Guacamayas (Boyacá). Bogotá: Artesanías de Colombia, 2014. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/3337>. Acesso em: 17 maio 2025.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 2011.

BARÓN, A. **Solicitud de declaración de protección de denominación de origen de la artesanía de Guacamayas (Boyacá) y concepto sobre productos artesanales de Guacamayas.** Bogotá : Artesanías de Colombia, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/434>>

BARBOSA, L. **Sociedades de consumo.** 3 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.

BECERRA, F.; VIGANEGO, L.; MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **Proyecto fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva y del sector artesanal en Santander**: 2018. Bucaramanga: Artesanías de Colombia, 2018. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/4868>. Acesso em: 17 maio 2025.

BERDOULAY, V.; ENTRIKIN, J. Lugar e sujeito – perspectivas teóricas. *In*: MARANDOLA JR., Eduardo; HOLZER, Werther (org.). **Qual o espaço do lugar? Geografia, epistemologia, fenomenologia**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

BOMFIM, Gustavo. **Ideias e formas na historia do design: uma investigação estética**. João Pessoa: Editora Universitária /UFPB, 1998.

BONSIEPE, G. **Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño**. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 1999.

BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

BOTANA, J. **Tratado de Derecho Mercantil. Las Denominaciones de Origen**. Tomo XX, Vol. 2, Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, 2001.

BOTERO, Á. Prólogo. *In*: QUIÑONES, A.; CASTRO, I.; BARRERA, G.; HERRERA, N.; VEGA, A.(org.). **Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia**. Bogotá, D. C.: Ceja; Pontificia Universidad Javeriana, 2003. P. XI.

BOWKER, S.; RASHIDI, S. E. The Street and the Screen: Egyptian Tentmakers and Craft Online. **Journal of Modern Craft**, v. 13, n. 1, p. 51–66, 2020.

BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN. **Patrimônio imaterial: fortalecendo o Sistema Nacional**. Organização de ROQUE. L; CUNHA. M. Brasília: IPHAN, 2014. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228561>. Acesso em: 12 jan. 2022.

BÜRDEK, B. E. **História, teoria y práctica del diseño industrial**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002.

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2008.

_____. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CAVALCANTI, V.; ANDRADE, A. M.; SILVA, G. Design, sustentabilidade e artesanato: reflexões e práticas metodológicas. *In*: MORAES, D.; KRUCKEN, L. (org.). **Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e Sustentabilidade I**. 2. ed. Barbacena, MG: EdUEMG, 2013. p. 75–90.

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. *e-book*.

_____. **Fim de milênio**. Volume III. São Paulo: Paz e Terra, 2012.

CARDALE, M. Mujer cuna hilando algodón [fotografia]. 1968. *In*: **Banco de la república Colombia**; academia de historia de santander; museo casa de Bolívar. Museo Casa de Bolívar. Bogotá: Banco de la República, 1994. p. 17.

CCRACKEN, G.. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 1, p. 99–115, jan. 2007.

CELIS, L. **Legalidad ambiental de materias primas de origen silvestre, Boyacá 2015**: diagnóstico de las especies Esparto (*Juncus ramboi*) y Paja blanca o crespa (*Calamagrostis effusa*) e identificación. Bogotá: Artesanías de Colombia S.A, 2015. Disponível em:

<https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/6855/1/INST-D%202015.%20275.pdf>. Acesso em: 2 maio 2025.

CEPAL, **Perspectivas do comércio internacional da América Latina e do Caribe**: Recuperação num contexto de incerteza, 2017. Disponível em:

<https://www.cepal.org/pt-br/publicaciones/42357-perspectivas-comercio-internacional-america-latina-caribe-recuperacao-num>. Acesso em: 16 dez. 2017.

CEPAL. **Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe, 2024**. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2025.

(LC/PUB.2024/27-P/Rev.1). Disponível em: <https://hdl.handle.net/11362/81104>. Acesso em: 17 maio 2025.

CHAI-ARAYALERT, S.; SUTTAPONG, K.; KONG-RITHI, W. Systematic approach to preservation of cultural handicrafts: Case study on fabrics hand-woven in Thailand.

Cogent business & management, v. 8, n. 1, 2021.

CHUDASRI, D.; SAKSRISATHAPORN, K. Enhancing textile enterprises for a more sustainable society, through design research and website development. **Design Journal**, v. 20, n. sup1, p. S3134 – S3151, 2017.

COLOMBIA. **Lei nº 36 de 19 de novembro de 1984**. Ley del artesano, Capítulo 1, Artículo 1. Disponível em: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1592386>. Acesso em: 2 jun. 2025.

COLOMBIA. **Decreto n. 258, de 2 de fevereiro de 1987**. Por el cual se reglamenta la Ley 36 de 1984 y se organiza el Registro de Artesanos y de Organizaciones Gremiales de Artesanos y se dictan otras disposiciones. Disponível em:

<https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1058351>. Acesso em: 2 jun. 2025.

COSTA, R; KAYATT, P; BOGONI, T. Hardware. *In*: TORI, R.; HOUNSELL, M.(org.). **Introdução a Realidade Virtual e Aumentada**. Porto Alegre: Sbc, 2020. p. 92-102.

CORRADINE, M.; BAUTISTA, O.; FUNDACIÓN SOCIAL COLOMBIANA (CEDAVIDA). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **Diagnóstico del proceso productivo – Municipio de Guacamayas** : Proyecto Fortalecimiento productivo y comercial de las comunidades artesanas del departamento de Boyacá. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2014. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/3134>. Acesso em: 29 abr. 2025.

CONTRERAS, L.; RAMÍREZ, C.; BECERRA, F.; VIGANEGO, L.; MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **Segunda fase del Proyecto Fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva del sector artesanal en Santander: 2017**. Bucaramanga: Artesanías de Colombia, 2017. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4373/13/INST-D%202017.%2095.pdf>. Acesso em: 17 maio 2025.

CRESSWELL, T. **Place**: a short introduction. Oxford: Blackwell Publishing Ltda, 2004.

DANE – Departamento Administrativo Nacional de Estadística. **Censo Nacional de Población y Vivienda 2018**. Bogotá: DANE, 2018. Disponível em: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>. Acesso em: 24 abr. 2024.

DEMPSEY, A.; MOURA, C. **Estilos, escolas e movimentos**: guia enciclopédico da arte moderna. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

DENES, A.; BOONYASURAT, W. Supporting ethnic craftswomen in Chiang Mai through digital media: acknowledging the possibilities and challenges. **International journal of intangible heritage**, v. 18, p. 117–125, 2023.

DIEHL, A.; TATIM, D. **pesquisa em ciências sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

DIJCK, J.; POELL, T.; WAAL, M. **The platform society**. New York: Oxford University Press, 2018. *e-book*

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

EL MARKET COLOMBIA. Quiénes somos – **El Market Colombia**. 2021. Disponível em: <https://elmarketcolombia.com/blogs/noticias/quienes-somos>. Acesso em: 7 maio 2025.

ESCOBAR, A. **Territorios de diferencia**: lugar, movimientos, vida, redes. Cali: Envión, 2010.

ESLAVA, C. Trabajadoras de fique en Curití [fotografia]. 1960. Direitos reservados: **Banco de la República Colombia**. Disponível em: <https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/carlos-eslava/id/108/rec/2>. Acesso em: 17 maio 2025.

ESPARZA, E.; VIOLANTE, J.; MONKS, S.; CADENA, J.; ARAUJO, C.; RÖSSEL, E. Los agaves mezcaleros del altiplano potosino y zacatecano. **Estudios en Biodiversidad**, n. 20, 2015. Disponível em: <http://digitalcommons.unl.edu/biodiversidad/20>. Acesso em: 16 dez. 2023.

ERLHOFF, M.; MARSHALL, T. **Design dictionary**: perspectives on design terminology. Basel: Birkhäuser Verlag, 2008.

FEATHERSTONE, M. **Consumer culture and postmodernism**. Londres: Sage, 1991.

FERNANDES, F. **Design de informação**: base para a disciplina no curso de Design. 2. ed. Rio Claro: FRF Produções, 2015.

FLÓREZ, M.; MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **Laboratorio de Innovación y Diseño de Santander 2021**: implementación de los componentes de diseño y producción – informe final. *Bucaramanga: Artesanías de Colombia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/6282/1/INST-D%202021.%20239.pdf>*. Acesso em: 17 maio 2025.

FOIS, F.; WOODS, M.; YANG, Y.; ZHENG, X. Recovering tradition in globalising rural China: handicraft birdcages in Da'ou village. **Sociologia Ruralis**, v. 59, n. 4, p. 661–684, 2019.

FORBES STAFF. Colombia alcanza cifra récord de divisas por turismo. **Forbes Colombia**, 12 mar. 2024. Disponível em: <https://forbes.co/2024/03/12/negocios/colombia-alcanza-cifra-record-de-divisas-por-turismo>. Acesso em: 21 maio 2025.

GARCÍA, C. **Culturas híbridas**: Estratégias para entrar y salir de la modernidad. Mexico: Gribaldo, 1990.

GARRETT, J. **The elements of user experience**: user-centered design for the web and beyond. 2. ed. Berkeley, CA: New Riders, 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2021.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

HAMMOU, I.; ABOUDOU, S.; MAKLOUL, Y. Social media and intangible cultural heritage for digital marketing communication: case of Marrakech crafts. **Marketing and Management of Innovations**, n. 1, p. 121–127, 2020.

HESKETT, J. **El diseño en la Vida cotidiana**. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 2005.

JACOBSON, R. **Information design**. Cambridge, MA: MIT Press, 1999.

JUSTO, I.; VIDAL, C. **Fique: historia y futuro de una fibra vegetal**: Atelier ONGD, 2011. Produzido no âmbito do projeto DIVERSIFIQUE: Promoção nacional e internacional do uso e diversificação da fibra natural de fique. Disponível em: <https://eurofique.info/storage/2023/06/fique-historia-y-futuro-de-una-fibra-vegetal-1.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2024.

KATINSKY, J. Artesanato moderno. **Revista Artéria**, v.2 n.3, p.45-50, agosto 1991. Disponível em: http://www.agitprop.com.br/index.cfm?pag=repertorio_det&id=5&Titulo=repertorio>. Acesso em: 03 ago. 2023.

KITCHENHAM, B. **Procedures for performing systematic reviews**. Keele: Keele University, 2004. (Technical Report, TR/SE-0401). Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228756057_Procedures_for_Performing_Systematic_Reviews. Acesso em: 2 jun. 2025.

KRUCKEN, L. **Design e Território – Valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LANDIM, P. **Design, empresa, sociedade**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

LEÃO, L. **O laberinto da hipermídia**. São Paulo: Iluminuras LTDA, 2001.

LEÓN, J. **Botánica de los cultivos tropicales**. 3ra. ed. San Jose: Agroamérica, 2000.

LE MOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, R. G. Artesanato de tradição: cinco pontos para discussão. *In*: **ARTESOL. Olhares itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição**. São Paulo: Artesanato Solidário/Artesol, 2003.

LIPOVETSKY, G. **Os Tempos Hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

_____. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A Cultura Mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

_____. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LÖBACH, B. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001.

LÓPEZ, C.; NAVARRO, S.; NAVARRO, M. Artesanías como industrias culturales. Innovación, diseño y desarrollo: el caso Colombia. **Educateconciencia**, [s. l.], v. 24, n. 25, p. 25–57, 2019. DOI: <https://doi.org/10.58299/edu.v24i25.39>. Disponível em: <https://tecnocientifica.com.mx/educateconciencia/index.php/revistaeducate/article/view/39>. Acesso em: 18 maio 2025.

MACÍA, M. Las plantas de Fibra. In: MORAES, M., et al. **Botánica Económica de los Andes Centrales**. La paz: Universidad Mayor de San Andres, 2006.

MAHAJAN, S. Challenges and Scope of Development: A Case Study of Paithani Weavers of Maharashtra (India). **Textile-cloth and culture**, v. 20, n. 3, p. 373–398, 2021.

MARCA Colectiva Astecur - Asociación de Tejedores de Curití. Produção: ATELIER ONGD. Curití: ATELIER ONGD 2018. Disponível em: <https://vimeo.com/303488488>. Acesso em: 26 abr. 2025.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia Científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas 2003.

MARROQUÍN, M. (Coord.). **Breve reseña sobre la historia de la artesanía**. Bogotá: Artesanías de Colombia; Ministerio de Desarrollo Económico, 1990. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/720>. Acesso em: 2 jun. 2025.

MARTÍNEZ, J.; MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **Atención al sector artesanal en el departamento de Boyacá: 2020. Tunja**: Artesanías de Colombia, 2020. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/5510/1/INST-D%202020.%20291.pdf>. Acesso em: 17 maio 2025.

_____. **Implementación de los componentes de diseño y producción en el laboratorio de innovación y diseño de Boyacá: 2021**. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/7385/1/INST-D%202021.%20325.pdf>. Acesso em: 17 maio 2025.

MARTINS, N.; BRANDÃO, D.; ALVELOS, H.; SILVA, S. E-marketplace as a tool for the revitalization of Portuguese craft industry: the design process in the development of an online platform. **Future Internet**, v. 12, n. 11, p. 1–23, 2020

MAZZA, A. C. A.; IPIRANGA, A. S. R.; FREITAS, A. A. F. de. O design, a arte e o artesanato deslocando o centro. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, RJ, v. 5, n. 4, p. 1 a 11, 2007. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/cadernosebape/article/view/5050>. Acesso em: 7 fev. 2024.

MENDONÇA, R. **Confluências entre design e artesanato mineiro**: mapeamento e análise de técnicas de produção artesanais como suporte evocativo da cultura material em Minas Gerais. 2023. Tese (Doutorado em Design) – Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/243477>. Acesso em: 2 jun. 2025

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **Diseño, producción y comercialización de productos artesanales elaborados en fique en los municipios de San Gil, Aratoca y Curití en el departamento de Santander**. Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía. CENDAR, 1995. Disponível em: <http://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2128>>. Acesso em: 18 abr. 2022.

_____. **Censo económico nacional**: sector artesanal. Bogotá: Artesanías de Colombia, 1998. Disponível em: <<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2322>> Acesso em: 17 maio 2025.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; ARTESANÍAS DE COLOMBIA; CÁMARA DE COMERCIO (Bucaramanga, Colombia). **Fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva y del sector artesanal en Santander: informe final**. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2016. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/4003>. Acesso em: 5 maio 2025.

MOURA, M. Design: o design contemporâneo e suas dobras (I). **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, v. 1, n. 1, p. 22, 2007.

_____. Design Brasileiro Contemporâneo e os objetos lúdicos, bem humorados e irreverentes. *In*: P&D DESIGN - CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 10., 2012, São Luís. **Anais**. Trabalho apresentado no 10º P&D design - Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2012, [San Luís, MA]

MOURA, M. et al. Design contemporâneo para além do Design, o humanismo. *In*: **Ensaio em design: ensino, pesquisa e sociedade**. Bauru: Canal 6, 2022. p. 104-142. ISBN 978-65-86030-89-1. DOI: 10.52050/9786586030891. Disponível em: <https://ensaioemdesign.com.br/livros/ensaio-em-design-ensino-pesquisa-e-sociedade/>. Acesso em: 5 maio 2025.

NORMAN, D. **O design do dia a dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

OLIVEIRA, J.; JORENTE, M.. Design da Informação e sua relevância para a Ciência da Informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, v. 24, n. 54, p. 25–37, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2019v24n54p25>. Acesso em: 2 jun. 2025.

ORREGO, J. **Análise comparativa de eficiência e competitividade econômica entre as cadeias produtivas do sisal (Agave sisalana) no Brasil e fique (Furcraea andina) na Colômbia**. 2013. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências Agrárias, Departamento de Economia Agrícola, Fortaleza, 2013. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/6269/1/2013_dis_jfzorrego.pdf. Acesso em: 2 jun. 2025.

ORTIZ, M. **La actividad artesanal en el municipio de Guacamayas y sus necesidades**. Bogotá: Artesanías de Colombia S.A., 1995.

PRODANOV, C.; FREITAS, E. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2.ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. E-book. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2024.

PARKER, G.; VAN ALSTYNE, M.; CHOUDARY, S. **Platform revolution: how networked markets are transforming the economy—and how to make them work for you**. New York: W.W. Norton & Company, 2016. e-book.

PASSOS, R.; MOURA, M. Design da informação na hipermídia. **InfoDesign: Revista Brasileira de Design da Informação**, v. 4, n. 2, p. 20–28, 2007. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/83290341/ID_v4_n2_2007_20_28_Passos_et_al-libre.pdf. Acesso em: 2 jun. 2025.

PATÍÑO, E. Apresentação. *In*: BANCO DE LA REPÚBLICA (Bucaramanga). **El arte del tejido en el país de Guane**. Bogotá: Banco de la República, 1993. Disponível em: <https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll18/id/522/>. Acesso em: 24 abr. 2025.

PEREZ, C. **Há limites para o consumo?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2020.

PETTERSSON, R. **Information design: an introduction**. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2002.

_____. Information design – principles and guidelines. **Journal of Visual Literacy**, v. 29, n. 2, p. 167–182, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/23796529.2010.11674679>. Acesso em: 2 jun. 2025.

POBLADOR, C.; PÉREZ, P.; CABRERA, M.; MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **Informe general**. Bogotá:

Artesanías de Colombia, 2022. Disponível em:
<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/7148>. Acesso em: 17 maio 2025.

PROCOLOMBIA. **El Cocuy: la tierra de los pisos térmicos**. 2024. Disponível em:
<https://colombia.travel/es/el-cocuy-la-tierra-de-los-pisos-termicos>. Acesso em: 2 jun. 2025.

QUIÑONES, A. Artesanías y diseño en Colombia. *In*: QUIÑONES, A.; CASTRO, I.; BARRERA, G.; HERRERA, N.; VEGA, A.(org.). **Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia**. Bogotá, D. C.: Ceja; Pontificia Universidad Javeriana, 2003. p. 1–26.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RODRÍGUEZ, C.; GUTIÉRREZ, S.; RODRÍGUEZ, L.; COLÔMBIA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **Memorias de oficio: cestería Guacamayas Boyacá**. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2019. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/4695>. Acesso em: 29 abr. 2025.

RUBIO, H.; ACERO J. **La artesanía a través de la historia en Colombia**. Bogotá: Artesanías de Colombia; Ministerio de Desarrollo Económico, 1971. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/445>. Acesso em: 2 jun. 2025.

SALAZAR, P.; SERRANO, D. **Informe levantamiento de línea base artesanos de Santander**. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2017. (Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal – SIEAA). Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/4104>. Acesso em: 24 abr. 2024.

SANCHIS, V. La artesanía y el desarrollo económico de Colombia. **Revista de la Universidad de La Salle**, (1), p.120-128, 1971.

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 30. ed. Rio de Janeiro: Record, 2020.

SARDE NETO, E.; MALANSKI, L. **Território, cultura e representação**. 2. ed. Curitiba, PR: Intersaberes, 2023. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 4 abr. 2025

SARMIENTO, C.; LEÓN, O. **Transición bosque-páramo: bases conceptuales y métodos para su identificación en los Andes Colombianos**. Bogotá: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2015.

SCHNEIDER, B. **Design – Uma Introdução**: o Design no contexto social, cultural e econômico. São Paulo: Blucher, 2010.

SEBRAE. **O que é uma landing page**. Brasília, DF: 2022a. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-landing-page,3e1e097399323810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 26 maio 2025.

SEBRAE. **Aplicativo ou website, qual o melhor canal para a sua empresa?** Brasília, DF: 2022b. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/aplicativo-ou-website-qual-o-melhor-canal-para-a-sua-empresa,0b3e4efb2525c810VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 26 maio 2025.

SERRANO, D.; MÁRQUEZ, L.; ASCENCIO, A. **Infografía**: caracterización nacional del sector artesanal: Colombia. Bogotá: Artesanías de Colombia; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019. Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4213/1/INST-D%202019.%201.pdf>. Acesso em: 17 maio 2025.

SERRANO, D.; ASCENCIO A.; MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; ARTESANÍAS DE COLOMBIA. **Características sociodemográficas de la población artesanal de Boyacá**. Bogotá: Artesanías de Colombia, 2020. (Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal – SIEAA). Disponível em: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/5049>. Acesso em: 24 abr. 2025.

SOLANO, P. **Guacamayas Oficios Artesanales**. Bogotá : Museo de Artes y Tradiciones populares, 1988.

SOUZA, M. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I.; GOMES, P.; CORRÊA, R. (org.). **Geografia: conceitos e temas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000. p. 77–116.

_____. “Território” da divergência (e da confusão): em torno das imprecisas fronteiras de um conceito fundamental. In: SAQUET, M. ; SPOSITO, E. (org.). **Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos**. São Paulo: Expressão Popular; UNESP, Programa de Pós-Graduação em Geografia, 2009. p. 57–72. Disponível em: <https://docs.fct.unesp.br/docentes/geo/bernardo/BIBLIOGRAFIA%20DISCIPLINAS%20POS-GRADUACAO/TIPOLOGIA%20DE%20TERRITORIOS/LIVRO%20SAQUET%20E%20SPOSITO.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2025

SPARKE, Penny. **Diseño y cultura una introducción desde 1900 hasta la actualidad**. 6.ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.

SUDJIC, D. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010. 224p.

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA E COMERCIO. **Manual sobre denominaciones de origen, marcas colectivas y marcas de certificación.**

Bogotá, D.C., Colombia, 2021. Disponível em:

https://sipla.ip.mpg.de/fileadmin/Files/Files/MANUAL_SOBRE_DENOMINACIONES_DE_ORIGEN_MARCAS_COLECTIVAS_Y_MARCAS_DE_CERTIFICACION.pdf.

Acesso em: 24 abr. 2025.

TELARTE CURITÍ. [Foto da loja em Curitiba]. Instagram, 2023. Disponível em:

<https://www.instagram.com/telarte.curiti/>. Acesso em: 10 maio 2025.

TOQUICA, M.; LAMUS, P.; BECERRA, F.; VARGAS, A.; GALINDO, M.; RÍOS, F.; CASTAÑO, W.; CORTÉS, D.; SÁENZ, D.; FUENTES, A.; GARCÍA, J.

Fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva y del sector artesanal en Santander: informe final. Bogotá: Artesanías de Colombia; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2016.

Disponível em:

<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4003/1/INST-D%202016.%20104.pdf>. Acesso em: 17 maio 2025.

TUAN, Y. **Topofilia:** un estudio de las percepciones, actitudes y valores sobre el entorno. España: Melusina, 2007.

_____. **Espaço e lugar:** a perspectiva da experiência. Tradução de Livia de Oliveira. Londrina: Eduel, 2015. *E-book*.

UNESCO (org.). **Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial.** 2003. Disponível em: <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-PT-Brazil-PDF.pdf>.

Acesso em: 12 jan. 2022.

UNESCO. **Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage:** *Intergovernmental committee for the safeguarding of the intangible cultural heritage: Fifteenth session, UNESCO headquarters, 14 to 19 December 2020: Nomination file No. 01599 for inscription in 2020 on the List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding.* 2020. Disponível em: <https://ich.unesco.org/es/8a-lista-de-salvaguardia-urgente-01145>. Acesso em: 26 mar. 2025.

VEGA, D. **La institución de la artesanía: entre el patrimonio cultural y el desarrollo empresarial.** In: _____. Bogotá: Departamento de Sociología. Universidad Nacional de Colombia, 2009.

_____. **El aprendizaje de la artesanía y su reproducción social en Colombia.**

Educación y Territorio, Bogotá, v. 2, p. 89–112, 2012. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/319311335_Articulos_de_Revision_EL_APRENDIZAJE_DE_LA_ARTESANIA_Y_SU_REPRODUCCION_SOCIAL_EN_COLOMBIA.

Acesso em: 21 setembro 2024.

WANG, M.; LAU, N. NFT Digital Twins: A Digitalization Strategy to Preserve and Sustain Miao Silver Craftsmanship in the Metaverse Era. **Heritage**, v. 6, n. 2, p. 1921–1941, 2023.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

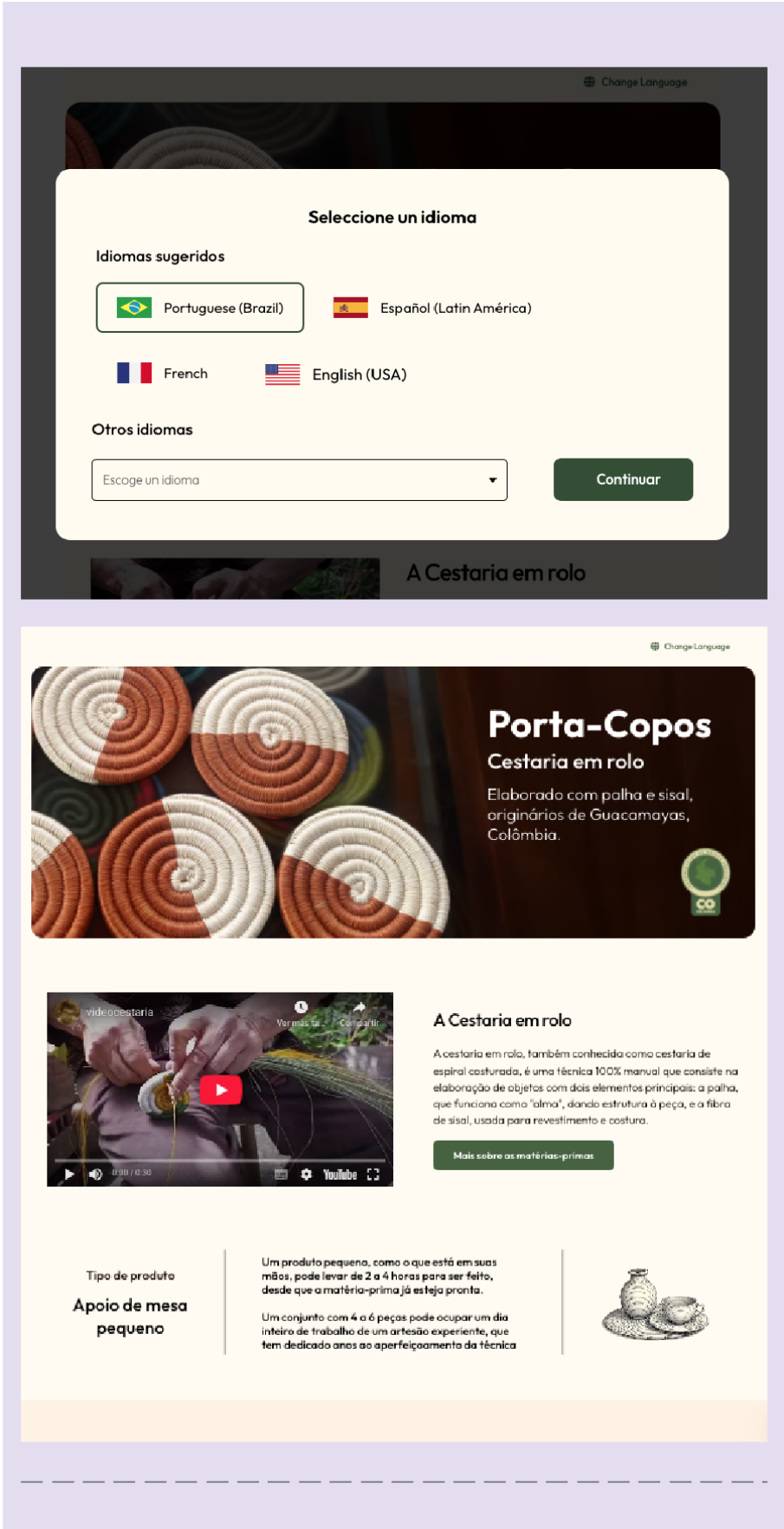
YORY, C.. Del espacio ocupado al lugar habitado: una aproximación al concepto de topofilia. **Barrio Taller**, Cali, v. 12, n. 56, p. 47-64, 2007. (Serie Ciudad e Hábitat, n. 12).

YOUSEF, G.; ELAZONY, M.; ABDELSATTAR, A.; SEWAILAM, M.; ELSAID, O. Applying an integrated Remote Sensing–GIS approach in the documentation of handicraft centers at New Valley Governorate, Egypt. **The Egyptian Journal of Remote Sensing and Space Science**, v. 25, n. 3, p. 731–739, dez. 2022.

ZAMOSC, L.; GAVIRIA, J. **Curití, pueblo de tejedores: una investigación sobre la artesanía de los costales en Santander**. Bogotá: Universidad Javeriana, 1980.

ZHANG, M.; GUO, X.; GUO, X.; JOLIBERT, A. Consumer purchase intention of intangible cultural heritage products (ICHP): effects of cultural identity, consumer knowledge and manufacture type. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, v. 35, n. 3, p. 726–744, 2023.

APÊNDICE A – MODELO DE FERRAMENTA DIGITAL

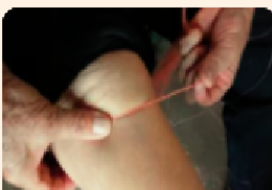


Como é feito meu produto?



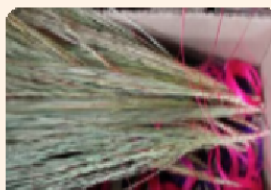
Preparação inicial da matéria-prima

Com a ajuda de uma máquina rudimentar de pontas aguçadas, a fibra de sisal é "penteada" para separar as fibras e deixá-las o mais uniformes possível.



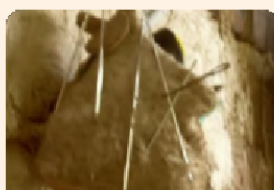
Juntando as fibras de sisal em "Pontas"

Os filamentos de sisal, em grupos de 4 a 25, são estendidos sobre a perna e torcidos em cerca de 10 cm, preparando-os para a costura. As pontas de fibra são armazenadas em cestos ou caixas ao alcance do artesão.



Juntando os Tufos de palha em "Tuches"

Se tomam grupos de 30 a 70 palhas, dependendo da peça a ser produzida, e se amarram com filamentos de sisal.



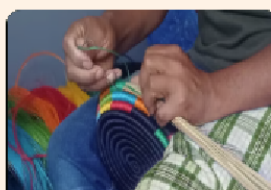
As Ferramentas

Para desenvolver as peças, utiliza-se principalmente uma agulha de tapeçaria, uma tesoura para cortar a palha e a fibra, e um metro para conferir as medidas.



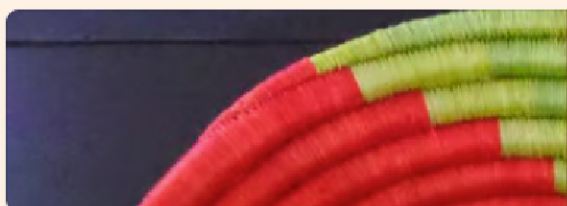
O ponto de início "El empiece"

O "empiece" é a base da peça, com formato de umbigo e localizada no centro. Para criá-lo, um grupo de filamentos de sisal é enrolado em uma das pontas por cerca de 2 cm, prendendo as fibras. Em seguida, dobra-se ao meio, molda-se o umbigo com a agulha.



Criando a peça artesanal

Após fazer o empiece, a costura começa com a agulha, usando as pontas previamente preparadas. O rolo é engrossado com os tuches, e as pontas são unidas de forma oculta. Com a ajuda de um metro, mede-se a peça para garantir as dimensões desejadas.



Acabamento - Remate

Para finalizar, faz-se um corte diagonal na "alma" com a tesoura, concluindo a peça. A costura continua como nos rolos, garantindo acabamento uniforme. Uma inovação é substituir o material na última volta por cobre ou estanho, para dar um realce.

Onde foi feito meu produto artesanal?

O Município de Guacamayas está localizado no norte do departamento de Boyacá, na Cordilheira Oriental e nas proximidades do Parque Nacional do Nevado do Cocuy (PNN Cocuy), a uma altitude de 2.200 metros acima do nível do mar.

Este território é reconhecido pela produção de produtos utilizando a técnica artesanal da cestaria em rolo, feita com fibras naturais de sisal e palha. Em 2009, o artesanato obteve a denominação de origem, em um processo liderado pelo município, as associações e Artesanías de Colombia.





A denominação de origem destaca o território de produção de certos produtos, assegurando sua qualidade e características únicas, diferenciando-os de imitações.

Para obtê-la, exige-se a definição clara da origem geográfica; a influência das condições naturais, na matéria-prima e no produto final; a transmissão da experiência e das técnicas tradicionais entre gerações e a organização associativa dos produtores, representando a maioria da cadeia produtiva.

Quem fez meu produto artesanal?

As peças artesanais de Guacamayas são feitas por artesãos locais, que trabalham em comunidade para aprimorar a técnica e garantir a qualidade do produto.

O conhecimento da técnica é transmitido entre gerações, principalmente na família, mas também na escola e pela mesma comunidade, que ajudam a preservar a tradição.



Em memória de Elvira Gomez

A primeira Mestre Artesã da cestaria em rolo do Território de Guacamayas.



Em Guacamayas, cerca de 300 artesãos trabalham em três organizações principais: a cooperativa **CREARCOOP**, fundada em 1999 como a primeira comercializadora local; a **Associação de Artesãos**, criada em 2006 com apoio da prefeitura; e a empresa independente **FRASILGO**, que produz e comercializa o artesanato da região.



Para mais detalhes sobre o artesanato desta peça, insira o número indicado na etiqueta.

Conheça minha história

125

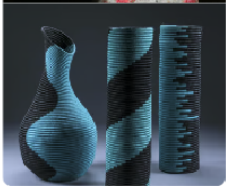
Enviar

Omaira Manrique Artesã

Omaira Manrique é filha de renomados artesãos de Guacamayas, Boyacá, e desde os 13 anos já produzia jogos americanos na técnica da cestaria em rolo. Possui formação em liderança comunitária, onde aprendeu a trabalhar com comunidades. Em 1985, foi nomeada secretária da Casa do Tejar de Arco, que, em 1992, tornou-se a Cooperativa Criatividade Artística (Crearcoop), atualmente com 170 artesãos dedicados à cestaria em rolo.

Além de ser responsável pela comercialização dos produtos, participação em feiras e captação de clientes, Omaira inovou nos designs e introduziu materiais como estanho, cobre, vinil, prata, madeira e cerâmica. Cada peça é feita à mão, combinando palha branca do páramo e palha crespia.

Ela trabalha diretamente com os artesãos para definir o design e as combinações de cores ideais para cada peça. A cooperativa oferece mais de 120 produtos, incluindo jarros, porta-copos, porta-guardanapos, fruteiras, cestos, recipientes e cedeiros.



Como visitar Guacamayas



O município de Guacamayas está a 2.195 metros acima do nível do mar, ao norte do departamento de Boyacá, na Cordilheira Oriental, dentro da Província de Gutiérrez.

Fica a 226 km de Tunja, capital de Boyacá, e a 374 km de Bogotá, capital da Colômbia, um trajeto de cerca de dez horas por via terrestre. Sua temperatura média é de 18°C.º

ATRATIVOS TURÍSTICOS NA REGIÃO

Parque Nacional Natural el Cocuy



Como chegar?

El municipio del Cocuy fica aproximadamente a 10 km de Guacamayas. Chegando a El Cocuy, é necessário um veículo 4x4 para percorrer o trecho final até o parque, que leva entre uma e duas horas.



O maior glaciar da zona tropical fica no Parque Nacional Natural Güicán, Cocuy e Chita, fundado em 1977 e localizado no centro-orientado da Colômbia.

Considerado um dos lugares mais fascinantes do país, abriga mais de 25 picos nevados e duas cadeias montanhosas com até 5.300 metros de altitude.

Conheça mais sobre as matérias-primas

Uma estrutura de palha crespa ou branca



A palha crespa (*Calamagrostis effusa* e *Calamagrostis intermedia*) é coletada de forma sustentável nas proximidades da Reserva Natural do Cocuy, com autorização ambiental.



No local de aproveitamento, o coletor seleciona a planta, sendo a altura das fibras o principal parâmetro, e retira as fibras manualmente, repetindo o processo conforme a disponibilidade. As fibras não extraídas secam e se decompõem no solo do páramo.



A extração costuma ser feita em grupos de cinco artesãos, e cada coletor pode retirar até 200 libras de palha crespa (*Calamagrostis effusa*) por mês.



As fibras coletadas são transportadas a cavalo até os locais de uso ou venda. Uma artesã utiliza, em média, 20 libras de palha crespa por mês.



A palha branca é colhida pelos artesãos em seus próprios terrenos, nas áreas altas do município. Para reduzir o impacto, uma variação está sendo cultivada na área urbana, substituindo gradualmente a do páramo.

Um revestimento de sisal



A planta (*fruncraea macrophylla*)

O sisal da Colômbia (*fruncraea macrophylla*) é uma planta pequena, com tronco de até 30 cm e folhas de 1,5 a 2 m de altura. Suas folhas verdes crescem em espiral, e a produção de fibra começa entre 3 e 6 anos.



Corte

As folhas maduras são colhidas, mantendo ao menos 20 na planta. Realizam-se de 3 a 4 colheitas anuais para preservar sua saúde e a qualidade da fibra. Se não florescer, a planta vive de 15 a 20 anos, mas a floração a mata imediatamente.



Desfibrado

É a separação da casca das folhas para extração das fibras de sisal. A folha contém pouca fibra (1%), sendo composta majoritariamente por água. De 100 kg de folhas, apenas 4% são fibras aproveitáveis; o restante, formado por bagaço e sucros ricos em nutrientes, são usados como fertilizante.



Lavagem e secado

A fibra é submersa em tanques de água por 24 horas para remover resíduos da folha, depois lavada e estendida ao ar livre para alcançar a cor branca natural. Dependendo do clima, a secagem leva de um a dois dias.



Penteado

Com a ajuda de uma máquina rudimentar de pontas aguçadas, a fibra é penteada para remover resíduos e prepará-la para o processo de tingimento.



Tingimento

A fibra é preparada com tinturas, mordentes, fixadores e suavizante, depois fervida por cerca de duas horas para absorver a cor. Em seguida, é resfriada, lavada e estendida para secar.



Repassar - penteado final

Novamente, com a ajuda de uma "penteadora" e um pouco de margarina vegetal, a fibra é penteada para ser usada na elaboração dos produtos artesanais.

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JULIO DE MESQUITA FILHO"

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - Câmpus de Bauru

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntário (a) da pesquisa **Design, artesanato e consumo: Uma proposta para a valorização das práticas artesanais do sisal nos territórios de Curitiba e Guacamayas na Colômbia**. O motivo que nos leva a realizar esta pesquisa parte das dificuldades que as práticas artesanais de tradição atravessam para sustentar o ofício e o patrimônio cultural inerente a ele. Nesta pesquisa pretendemos contribuir ao partir do design para a preservação do patrimônio cultural próprio do artesanato de tradição, por meio de um modelo de interação digital que favoreça a experiência de consumo, considerando a valorização e a sustentabilidade da prática artesanal no contexto econômico atual. Caso você concorde em participar, vamos realizar com você uma entrevista com perguntas sobre a atividade artesanal que você realiza a partir do sisal como matéria prima, esta entrevista será gravada em formato de áudio. Os riscos da pesquisa estão relacionados com eventuais desconfortos para responder as questões, situações como cansaço, ou algum constrangimento comum a quando respondemos perguntas sobre nossas atividades. Caso algum destes fatores ocorram o pesquisador irá lhe oferecer todo suporte necessário. Mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, é possível fazer pausas no meio da entrevista e retornar no momento que considere pertinente.

A pesquisa através de sua experiência dentro da prática artesanal, poderá ajudar a identificar aspectos do seu ofício que são importantes, e que devem ser divulgados, destacando a preparação da matéria prima, a produção, a história por trás dessa produção, valorizando assim as suas origens.

Para participar deste estudo você não vai ter nenhum custo nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, se você tiver algum dano por causa das atividades que fizermos com você nesta pesquisa, você tem direito a indenização. Você terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou se retirar da pesquisa a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido (a). O pesquisador não vai divulgar seu nome. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Você não será identificado (a) em momento algum no estudo e em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Declaro que concordo em participar da pesquisa e que me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Bauru, _____ de _____ de 20__

Assinatura do participante
Nome do participante
RG: _____

Assinatura do Pesquisador
RG: _____

Pesquisador Responsável: Gustavo Adolfo Gomez Marino
Instituição: UNESP
Contato: (14)991230959
Gustavo.marino@unesp.br
Orientadora: Prof. Dra. Paula Da Cruz Landim
Instituição: UNESP
Paula@faac.unesp.br

Em caso de dúvidas, com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você poderá consultar:
CEP - Comitê de Ética em Pesquisa da FAAC – UNESP Bauru
Fone: (14) 3103-4825/ E-mail: sta.faac@unesp.br



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - Câmpus de Bauru

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Nos gustaría invitarle a participar como voluntario(a) de la investigación **Diseño, artesanía y consumo: Una propuesta para la valorización de las prácticas artesanales de fique en los territorios de Curitiba y Guacamayas en Colombia**. El motivo que nos lleva a realizar esta investigación se deriva de las dificultades que atraviesan las prácticas artesanales de tradición para sustentar el oficio y el patrimonio cultural inherente al mismo. En esta investigación pretendemos contribuir desde el diseño para la preservación del patrimonio cultural propio de la artesanía de tradición, a través de un modelo de interacción digital que favorezca la experiencia de consumo, considerando la valorización y la sostenibilidad de la práctica artesanal en el contexto económico actual.

En caso donde usted acepte participar, le realizaremos una entrevista con preguntas sobre la actividad artesanal que realiza usando el fique como materia prima, esta entrevista será grabada en formato de audio. Los riesgos de investigación están relacionados con posibles molestias al contestar las preguntas, situaciones como el cansancio, o alguna incomodidad comunes de atender preguntas sobre nuestras actividades. Si se presenta alguno de estos factores, el investigador le ofrecerá todo el apoyo necesario, aunque para reducir la posibilidad de que estos riesgos ocurran, es posible tomar descansos en medio de la entrevista y regresar en el momento que lo considere oportuno.

La investigación a través de su experiencia dentro de la práctica artesanal, podrá ayudar a identificar aspectos de su oficio que son importantes, y que deben ser divulgados, destacando la elaboración de la materia prima, la producción, la historia detrás de ella, valorando así sus orígenes.

El participar en este estudio no acarreará ningún costo, ni generará ningún beneficio económico. Sin embargo, si sufre daños como resultado de las actividades a realizar en esta investigación, tiene derecho a una compensación. Tendrá toda la información que desee sobre esta investigación y estará libre de decidir de participar o negarse a ello. Incluso si desea participar ahora, usted podrá parar, devolverse o retirarse de la investigación en cualquier momento. Su participación es voluntaria y el hecho de no querer participar no ocasionará ninguna sanción ni cambio en la forma de ser atendido. El investigador no revelará su nombre. Los resultados de la entrevista estarán disponibles para usted cuando finalice. Su nombre o material que indique su participación no se divulgará sin su permiso. Usted no será identificado (a) en ningún momento en el estudio y en cualquier publicación que pueda resultar de este estudio.

Este formulario de consentimiento se imprime en dos originales, uno de los cuales será archivado por el investigador a cargo y el otro se le entregará a usted. Los datos recolectados en la investigación serán archivados con el investigador responsable por un período de 5 (cinco) años. Pasado este tiempo, el investigador evaluará los documentos para su destino final, de acuerdo con la legislación vigente. Los investigadores tratarán su identidad con estándares de confidencialidad profesional, respetando la legislación brasileña (Resolución nº 466/12 del Consejo Nacional de Salud), utilizando la información únicamente para fines académicos y científicos.

Declaro que acepto participar en la investigación y que se me dio la oportunidad de leer y aclarar mis dudas.

_____, _____ de _____ de 20 ____.

Firma del participante
Nombre del participante
Nº de Cédula: _____

Firma del investigador
Nº de Cédula: _____

Investigador Responsable: Gustavo Adolfo Gomez Marino
Institución: UNESP
Contacto: (14)991230959
Gustavo.marino@unesp.br
Orientadora: Prof. Drª. Paula Da Cruz Landim
Institución: UNESP
Paula@faac.unesp.br

Em caso de dúvidas, com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você poderá consultar:
CEP - Comitê de Ética em Pesquisa da FAAC – UNESP Bauru
Fone: (14) 3103-4825/ E-mail: sta.faac@unesp.br

APÊNDICE C – ROTEIRO PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

FACULDADE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO E DESIGN

CAMPUS DE BAURU

Roteiro para entrevista semiestruturada a ser realizada aos artesãos dos territórios de *Curití* e *Guacamayas* na Colômbia.

O objetivo desta entrevista é conhecer características chave sobre o desenvolvimento dos produtos artesanais do sisal – cenários de fabricação, exibição e comercialização – a partir da perspectiva dos artesãos, além de aspectos culturais e sociais atrelados à prática artesanal dentro do contexto dos territórios – unidades de análise.

1. Fale um pouco sobre você e há quanto tempo trabalha com sisal?

2. Como aprendeu a prática artesanal?

3. Falando sobre a matéria prima, como você consegue ela para trabalhar? Alguém fornece? _____

4. E sobre o processo de fazer a linha de sisal como acontece neste território? Isso tem mudado? Antes era diferente?

5. Quais são as técnicas que você utiliza para fazer seus produtos?

6. E que tipo de produtos você desenvolve?

7. Considerando suas experiências, quais produtos vendem mais? Você se programa para isso?

8. Como você comercializa seus produtos? Loja? E-commerce? Feiras / eventos?

9. Qual deles gera mais vendas na sua visão?

10. Das pessoas que compram, alguém pergunta do que é feito o produto, que tipo de fibra/planta é?

11. Alguém pergunta sobre como você aprendeu e há quanto tempo trabalha com sisal? O que você costuma responder a isso?

12. Alguém pergunta como você faz, qual é a técnica que você usa na fabricação?

13. Que opinião você tem sobre esse tipo de questionamentos (sobre a matéria prima, os processos de fabricação, sobre como aprendeu a fazer)? *Acha importante, indiferente, talvez é molesto ou constrangedor?*

14. Alguém dá sugestões sobre o produto comentando que poderia ter isso ou aquilo?

15. Fazendo referência ao produto em si, sobre que você acha que as pessoas têm mais curiosidade?

16. Alguém pergunta sobre como é o território de onde você ou os seus produtos vem? Você consegue se lembrar o que perguntaram? *Talvez sobre o clima do lugar?*

17. Alguém pergunta onde é possível achar os produtos depois? Se você(s) pegam encomenda? Se estão na internet ou se enviam?

18. E sobre outros públicos, você atende estrangeiros? Lembra se manifestaram interesse por alguma coisa em particular referente ao produto, matéria prima, técnica, território, entre outros?

19. Hoje em dia além das feiras, eventos e lojas temos a internet e os sites para vendas. Como você vê essa opção? O que mais gosta nela e o que menos gosta?

20. O que você pensa sobre a possibilidade de existir algum tipo de ferramenta digital que falasse sobre as suas matérias primas, os seus processos, a sua cultura, o seu território, para os consumidores?
