



Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho

Faculdade Arquitetura, Artes e Comunicação

Programa de pós-graduação em Design

**GESTÃO DO CONHECIMENTO
APLICADA A COMUNIDADES PRODUTIVAS ARTESANAIS**

Renata Garcia Wanderley

Prof^a. Dr^a. Marizilda dos Santos Menezes

Orientadora

Prof^o Dr. Roberto Alcarria do Nascimento

Coorientador

Bauru, 2015.



Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho

Faculdade Arquitetura, Artes e Comunicação

Programa de pós-graduação em Design

GESTÃO DO CONHECIMENTO APLICADA A COMUNIDADES PRODUTIVAS ARTESANAIS

Renata Garcia Wanderley

Tese apresentada como parte dos requisitos para obtenção do título de doutor em Design, no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", linha de pesquisa "Planejamento de Produto", sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Marizilda dos Santos Menezes e a coorientação do Prof^o. Dr. Roberto Alcarria dos Nascimento.

Bauru, 2015.

Wanderley, Renata Garcia Wanderley

Gestão do Conhecimento Aplicada a Comunidades Produtivas
Artesanais / Renata Garcia Wanderley, 2015.
254f. il.

Orientadora: Marizilda dos Santos Menezes

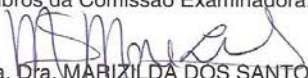
Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de
Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2015.

1. Design. 2. Artesanato. 3. Gestão do conhecimento. 4. Programas
de intervenção de design. I - Universidade Estadual Paulista.
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II –Título.



ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE RENATA GARCIA WANDERLEY, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICACAO DE BAURU.

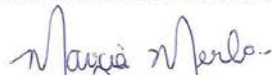
Aos 29 dias do mês de janeiro do ano de 2015, às 14:00 horas, no(a) Auditório da Secretaria de Pós-Graduação da FAAC, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES do(a) Departamento de Artes e Representação Gráfica / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. HANS DA NÓBREGA WAECHTER do(a) Departamento de Design / Universidade Federal de Pernambuco, Profa. Dra. MÁRCIA MERLO do(a) Departamento de Relações Internacionais/Faculdade Santa Marcelina, Profa. Dra. MÓNICA CRISTINA DE MOURA do(a) Departamento de Design / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. JOSÉ CARLOS PLÁCIDO DA SILVA do(a) Departamento de Design / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da TESE DE DOUTORADO de RENATA GARCIA WANDERLEY, intitulada "GESTÃO DO CONHECIMENTO APLICADA A COMUNIDADES PRODUTIVAS ARTESANAIS". Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.



Profa. Dra. MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES



Prof. Dr. HANS DA NÓBREGA WAECHTER



Profa. Dra. MÁRCIA MERLO



Profa. Dra. MÓNICA CRISTINA DE MOURA



Prof. Dr. JOSÉ CARLOS PLÁCIDO DA SILVA

às muitas comunidades produtivas artesanais!

Agradecimentos

A meu marido Cléssio pela paciência, estímulo e força;

A minha Família inteira, especialmente a meus pais, pelo apoio e crença na minha capacidade;

Aos meus amigos, principalmente a Heberth e Paula, por aguentarem minhas crises de mau humor e estarem sempre dispostos a me animar;

À minha orientadora professora Marizilda pela orientação, compreensão e confiança no meu trabalho;

À meu coorientado Roberto, pelas orientações e sugestões;

Aos avaliadores da minha banca de qualificação, professores Hans Waechter e Mônica Moura, pelas contribuições para a continuidade da pesquisa;

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Design da FAAC/ UNESP pelos conhecimentos compartilhados;

À FACEPE (Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco) pelo apoio e incentivo financeiro;

À Universidade Federal de Pernambuco e, em especial, ao núcleo de design, por permitiram meu desligamento das atividades acadêmicas;

Às diversas comunidades produtivas artesanais visitadas pelas informações fornecidas;

E a todos os outros que contribuíram de forma direta ou indireta para a realização desta pesquisa.

Gestão do Conhecimento Aplicada a Comunidades Produtivas Artesanais

Resumo

Na contemporaneidade, o artesanato continua sendo um agente ativo e um representante significativo da economia, sociedade, cultura e até da política brasileira, principalmente a nordestina. Essa pesquisa o conceitua com três qualidades exigidas: 1) fazer manual em predominância, (2) identidade e assinatura do artesãos e (3) valor sociocultural. Mesmo diante de sua importância, essa pesquisa, com base em pesquisa de campo por observação, apresenta um contexto problemático do artesanato. Como solução para essa problemática, programas de intervenção de design são estruturados e desenvolvem ações em diversas comunidades produtivas artesanais. Quatro programas foram trabalhados como referências por esse pesquisa: (1) Programa do Artesanato Brasileiro; (2) Artesol; (3) Programa SEBRAE de Artesanato; e (4) O Imaginário. A partir de entrevistas com executores desses programas, foram identificados também algumas dificuldades e problemas dos mesmos. Para o atendimento das necessidades do artesanato e a remediação das problemáticas das atividades artesanais e dos programas de intervenção, essa pesquisa construiu o **Design Compartilhado**. Este se qualifica como um programa modelo para a interação do design e do artesanato, mais diretamente para a identificação, compartilhamento e integração dos conhecimentos de ambos para a construção de uma rede de conhecimentos (a gestão do conhecimento).

Palavras-chave

design; artesanato; programas de intervenção de design; gestão do conhecimento.

Knowledge management applied to Productive Handicraft Communities

Abstract

In contemporary times, handicraft is still an active agent and a significant representative of the Brazilian economy, society and even politics, especially from the Northeast region. This research conceptualizes it with three required qualities: 1) predominance of handwork, (2) craftsmen identity and signature and (3) social and cultural values. Even knowing its importance, this research, based on field research by observation, presents a problematic context of handicraft work. As a solution to this problem, some intervention of design programs are structured and several actions are developed at productive handicraft communities. Four of these programs were used as references for this research: (1) Programa do Artesanato Brasileiro; (2) Artesol; (3) Programa SEBRAE de Artesanato; e (4) O Imaginário. In addition, some agents of these programs were interviewed and it was possible to identify some difficulties and problems that the workers have. To attend the handicraft needs and remediation of the issues of handicraft activities and the intervention programs, this research has built a Shared Design. This is qualified as a model program to an intervention of design and handicraft, more directly to identify, share and integrate their knowledge to build a knowledge network (knowledge management).

Key-words

design; handicraft; design intervention programs; knowledge management.

Lista de Figuras

Figura 1: O processo de qualificação do artesanato diante dos pilares sociais.....	24
Figura 2: Diferenças entre arte popular, trabalhos manuais e artesanato.	25
Figura 3: O artesanato tradicional da Renda de Bilro.....	27
Figura 4: Produtos de referência cultural de Exedito Seleiro (CE).....	28
Figura 5: Artesanato conceitual em produtos com materiais reciclados.	28
Figura 6: Barquinhos souvenir de Paraty (RJ).....	29
Figura 7: O Artesanato Indígena Marajoara.	29
Figura 8: Panela artesanal com funcionalidade predominante.....	30
Figura 9: Namoradeiras decorativas.....	31
Figura 10: Colar artesanal em couro.	31
Figura 11: Oratório artesanal.	32
Figura 12: A burrinha com sua função lúdica.	32
Figura 13: Brinquedo educativo artesanal.	33
Figura 14: Lembranças do Rio de Janeiro - pesos de porta.....	33
Figura 15: Variedade de matérias-primas e práticas profissionais do artesanato.....	34
Figura 16: Fase de preparação - cestaria.....	35
Figura 17: Fase de preparação - fuxico.....	36
Figura 18: Fase de construção e produção - máscaras de papel.	36
Figura 19: Fase de construção e produção - Renda Renascença.....	37
Figura 20: Fase de acabamento - cerâmica.	37
Figura 21: O processo de socialização da produção artesanal.....	38
Figura 22: Ferramenta, mobiliário e ambientes comum - bordado.....	41
Figura 23: Ferramenta e mobiliário específicos - Renda de Bilro.....	41
Figura 24: Ferramentas, mobiliários e ambientes especializados - cerâmica.....	42
Figura 25: Produção doméstica - tenerife.....	43
Figura 26: Exemplo de postos de trabalho em oficina - mamulengo.....	43
Figura 27: Artesanato em ambientação.....	45
Figura 28: Artesanato souvenir.....	45
Figura 29: O artesanato na moda.....	47
Figura 30: O modismo do artesanato.....	48
Figura 31: Artefato artesanal com mercado conceitual.....	49
Figura 32: Espaço de produção como ponto comercial - mamulengo.....	49
Figura 33: Comercialização em mercados - bordado.....	50
Figura 34: Comercialização em feiras locais e nacionais.....	50
Figura 35: Comercialização em centros culturais.....	51
Figura 36: Comercialização em lojas particulares.....	51
Figura 37: Produto com propriedade inadequada.....	53
Figura 38: Produtos com defeito.....	54
Figura 39: Matéria-prima inadequada.....	54
Figura 40: Produtos com problemas de acabamento - bijuteria.....	55
Figura 41: Produtos com defeito.....	56
Figura 42: Improvisação de postos de trabalho em contexto doméstico.....	57
Figura 43: Improvisação de postos de trabalho em ambiente de produção.....	57
Figura 44: Ambiente de produção inadequado.....	57
Figura 45: Processo e ferramentas inadequadas - mamulengo.....	58
Figura 46: Produtos sem diferenciação - barro.....	59
Figura 47: Produtos sem variação - mamulengo.....	59

Figura 48: Produtos com aplicações desvalorizadas - crochê.	59
Figura 49: Móveis e organização para exposição inadequados - renda e barro.....	60
Figura 50: Ambientação problemática - bordado.....	60
Figura 51: Embalagens ineficientes - cerâmica.....	61
Figura 52: Produtos sem identidade em temas.....	62
Figura 53: Produtos sem identidade de características.....	62
Figura 54: Modelo SECI.....	72
Figura 55: Exemplo de aplicação do modelo.....	75
Figura 56: Disco Integrador da Gestão de Design nas Unidades de Negócios.....	79
Figura 57: Exemplo de aplicação do modelo.....	82
Figura 58: O Processo Comunicativo.....	83
Figura 59: Informações aceitas, informações processadas.....	86
Figura 60: Processo de comunicação.....	87
Figura 61: Processo de construção de objetos.....	88
Figura 62: Modelo Kano de qualidade.....	89
Figura 63: Modo verbal como expressão do artesanato.....	94
Figura 64: Modo pictórico como expressão do artesanato.....	94
Figura 65: Modo esquemático como expressão do artesanato.....	95
Figura 66: Formas nas peças artesanais.....	96
Figura 67: Formas como expressão simbólica.....	97
Figura 68: Cor e identidade.....	97
Figura 69: Cor e identidade.....	98
Figura 70: Textura e matéria-prima.....	99
Figura 71: Textura e técnica artesanal.....	99
Figura 72: Texturas e identidade.....	99
Figura 73: Texturas com elementos gráficos.....	100
Figura 74: Esquema do método de projeto de Munari.....	101
Figura 75: O funil de decisões de Baxter.....	105
Figura 76: Processo de definição de conceitos.....	108
Figura 77: Outro esquema do funil de decisões de Baxter.....	109
Figura 78: Macroestrutura da Artesol.....	128
Figura 79: Etapas do programa de intervenção do SEBRAE.....	131
Figura 80: Esquemática do Programa SEBRAE de Artesanato.....	138
Figura 81: Representação Gráfica da Metodologia Multidisciplinar do Imaginário.....	144
Figura 82: Elementos de composição da metodologia.....	149
Figura 83: Esquema lógico da metodologia de pesquisa.....	155
Figura 84: Esquemização base da metodologia.....	182

Lista de Tabelas

Tabela 1: Processo de design de Lobach (2011)	103
Tabela 2: Quadro comparativo dos programas de intervenção	145-146
Tabela 3: Artesanato, Programas de intervenção de Design e Diretrizes.....	164-166
Tabela 4: Artesanato, Diretrizes Gerais e o Design Compartilhado.....	182

Sumário

Capítulo 01: Introdução

1	Contextualização.....	14
2	Objetivos	18
3	Estrutura da tese	19

Capítulo 02: Artesanato

1	Ambientação	22
2	Conceito	24
3	Caracterização do Artesanato.....	26
3.1	Produtos	27
	Tipos de artesanato	27
	Funções dos artefatos.....	30
	Materiais-primas.....	34
3.2	Produção	35
	Agentes de trabalho	35
	Processos de produção	35
	Técnicas	38
3.3	Estrutura.....	40
	Posto de trabalho	40
3.4	Comercialização.....	44
	Mercado	44
3.5	Sistema de comercialização	49
3.6	Outros.....	52
	Organização do trabalho.....	52
4	Diagnóstico da problemática do artesanato.....	52
5	Necessidades e exigências.....	63

Capítulo 03: Design

1	Conceituação	69
2	Gestão do Conhecimento	71
2.1	Gestão de Design	74
2.1.1	Alguns modelos de Gestão de Design.....	76
	Rede de fornecimento de experiências	76
	Modelo de convergência de design e gestão	77
	Disco Integrador da Gestão de Design	78
3	Conhecimentos Bases do Design	82
3.1	Fundamentos principais	82
3.2	Elementos básicos	93
3.3	Metodologias de design	100
3.3.1	Método de projeto - Munari	100
3.3.2	Processo de design - Lobach.....	102
3.3.3	Funil de decisões - Baxter.....	105
3.3.4	Observação geral.....	109

4	Contribuições	110
Capítulo 04: Programa de Intervenção		
1	História	113
2	As principais ações das intervenções	113
3	Alguns Programas de Intervenção de Comunidades Artesanais	119
3.1	Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) - desde 1991	119
3.2	Programa Artesanato Solidário: Artesol - desde 1998	124
3.3	O Programa SEBRAE de Artesanato – desde 1997.....	129
3.4	O Imaginário.....	140
3.5	Comparação dos programas de referência	145
Capítulo 05: Metodologia		
1	Procedimentos Metodológicos da Pesquisa	149
	Tipos de pesquisa	149
	Métodos de pesquisa	150
	Técnicas, ferramentas e procedimentos	151
	Amostragem	154
Capítulo 06: O Modelo de Gestão		
1	Diagnose dos programas de intervenções	157
1.1	Dificuldades e problemas das intervenções	157
2	Apresentação	159
3	O Programa Design Compartilhado	161
3.1	Diretrizes Básicas para a Construção do Programa.....	161
3.2.1	Objetivos	169
3.2.2	Os agentes atuantes	170
3.2.3	Unidades de atuação	172
3.2.4	Metodologia de ação.....	174
	Estrutura metodológica	175
	Conhecimentos básicos do design a serem trabalhados	179
	Capacitações gerais.....	181
	Ferramentas.....	182
	Relação entre os parâmetros e as diretrizes gerais	182
Capítulo 07: Conclusão		
1	Conclusão	185
Referências Bibliográficas		191
Apêndices		196
Anexos		206



CAPÍTULO 01
INTRODUÇÃO

1 Contextualização

Como afirma Aquino (2003, p.85) "O Homem se fez Homem por suas obras!" e essa produção começou por meio da atividade artesanal. Diversos acontecimentos poderiam ser significativos como marco oficial para o início da história humana, mas o ser vivo hominídea se qualificou como **ser humano** quando começou a produzir seus meios de vida, a criar objetos para atender a suas necessidades, tendo o artesanato como o primeiro processo de produção.

Os primeiros acontecimentos constituintes da estrutura e habilidades humanas foram as transformações corporais de caráter geral (por exemplo, postura ereta, mãos e polegares livres, caninos atrofiados), demandas de suas necessidades **frente** ao seu contato com a Natureza. Seu sistema nervoso desenvolvido permitiu (e permite) maior variedade e precisão nos movimentos, maior sensibilidade para as informações recebidas e uma capacidade de consciência. Depois, sua fragilidade física exigiu dele ser criativo, desenvolver substitutos artificiais (armas de defesa e de ataque, ferramentas, utensílios domésticos, vestuários, habitações, entre outros) para suas restrições anatômicas, prolongando e ampliando suas possibilidades de ações.

Esse processo de criação, essa necessidade de dar vida a objetos, exigiu do ser humano se tornar, como nomeia Aquino (2003, p.95), "um ser sensível e pensante" e ter consciência de si mesmo (individual e coletivamente) e da Natureza. Além disso, o ser humano é um ser histórico, percebe o tempo e o espaço. Separa suas ações de si mesmo pelo seu poder de decisão quando age conscientemente mediante análises e escolhas do melhor modo de agir.

Assim, para produzir objetos, foram necessários (a) entender a Natureza, (b) conhecer seus elementos básicos (como a água e o ar), suas ações e efeitos, (c) descobrir as matérias-primas disponíveis e (d) as diversas possibilidades de trabalhar com ambos e transformá-los. Esse processo de aprendizagem aconteceu (e ainda acontece) pela experimentação e reflexão, por meio das habilidades de sentir e de perceber as informações. O artesanato, pelo seu contato direto e pessoal com os materiais, técnicas e metodologias, proporcionou e ainda proporciona essa experiência; desenvolveu e continua a desenvolver esses conhecimentos; estimulou e estimula essas habilidades (de grande significância educacional). Diante disso, foi a primeira forma de ação para a produção de artefatos, ainda na pré-história.

Na contemporaneidade a produção artesanal ainda tem papel importante na construção de objetos. Segundo o IBGE e o Ministério da Cultura por meio da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (2012), a maioria dos municípios brasileiros realiza algum tipo de produção artesanal, com destaque para o bordado com 74,2%. Sua

importância econômica se apresenta, além da função de ocupação e geração de renda, enquanto uma possibilidade de processo de fabricação e um diferenciador em oposição à massificação e uniformização industrial.

O papel cultural do artesanato é destacado. Este se manifesta quando caracteriza a estética, apresenta os símbolos e expressa a identidade material e imaterial de uma região, povo ou indivíduo por meio do uso das matérias-primas, dos elementos gráficos (como, por exemplo, forma, cor e textura), do conceito empregado, da mensagem transmitida, entre outros. Igualmente proporciona resgate cultural ao demonstrar e divulgar o saber e o fazer.

Ao desenvolver inclusão social (possibilidade igualitária de acesso a bens e serviços entre todos os indivíduos), a atividade artesanal possui destaque de mérito social. Caracterizando-se por qualificação não formal, maior liberdade de ação, ferramentas simples, matérias-primas locais, técnicas tradicionais, entre outras, permite maior participação tanto no sentido de ser menos limitador como também de integração por meio do compartilhamento de contextos socioculturais e de saberes. Estimula e fortalece a autoestima ao ser uma atividade que exige habilidade, destreza e criatividade.

O artesanato desenvolve individualização e integração. É uma atividade *humanizadora e identitária* com referências personalizadas que contextualiza, localiza no tempo e no espaço. Como afirma Barroso (2001a) quem compra artesanato está comprando um pouco da história do local de sua viagem, a diversificação e qualificação de produtos associados que valorizam suas manifestações culturais e tradicionais.

Além de tudo isso, o artesanato tem função educativa ao desenvolver competências para quem trabalha com ele e para quem o aprecia. Exige dos artesãos conhecimentos técnicos para a execução das técnicas e para a própria funcionalidade do produto; conhecimentos estéticos para a composição visual dos artefatos; e conhecimentos simbólicos na construção da mensagem, na significação conotativa/pragmática dos elementos. Também prescreve criatividade, conceituação e representação. Para seus consumidores demanda percepção, leitura pictórica, repertório visual, entre outras habilidades.

Diante de tudo isso, o artesanato se caracteriza por uma cadeia produtiva inserida num contexto de mercado. Segundo as ciências sociais se integra à cultura popular. Diante das políticas públicas trabalha no âmbito do desenvolvimento do local. E no contexto atual convive (concorre?) com a produção industrial e com produtos digitais.

O conceito e abrangência do artesanato ainda é uma discussão. As diversas modificações econômicas, sociais, ideológicas e principalmente produtivas ao longo da

história transformaram o papel, a valoração e a atuação do artesanato, impedindo uma definição definitiva.

Mesmo assim, a presente pesquisa já compreende a atividade artesanal como envolvendo o planejamento de produtos, sua produção e comercialização. No planejamento, a observação da matéria-prima disponível, estilo de produto, aspectos estéticos e simbólicos representativos da comunidade são fundamentais. Além disso, informações de mercado, indicando a aceitação e demanda de grupos de produtos, devem ser agregadas para o desenvolvimento de um projeto expressivo da comunidade, mas também mercadologicamente viável. Na produção se trabalha os conceitos a serem expressos, suas alternativas de representação, as condições físicas e habilidades necessárias e, principalmente, a execução da solução escolhida. Com o produto desenvolvido, as estratégias de demonstração e de divulgação são indispensáveis para sua apresentação, visibilidade e comercialização.

O desempenho das atividades artesanais, contudo, não vem sendo desenvolvido com eficácia. Diante de resultados de pesquisas e projetos de extensão sobre artesanato e design desenvolvidos na UFPE pela pesquisadora¹, os problemas do artesanato não estão somente na produção, nos produtos e na gestão dos empreendimentos, mas também na comunicação e valorização do mesmo não só no mercado mas enquanto ofício. Mesmo diante de sua importância e funcionalidade, diversas comunidades não conseguem nem consolidar nem materializar a atividade e os conhecimentos.

No Brasil, o artesanato vem perdendo sua existência social e sua força cultural devido à falta de identidade dessas ações como expressão da comunidade, de qualidade técnica, de divulgação e, principalmente, de valorização pessoal e coletiva. Cópias (reprodução de exemplos de revistas ou de simbologias de outras regiões), pouca qualidade técnica (processos de produção ineficientes) e dos produtos (produtos mal acabados, com defeitos, mal feitos), divulgação e comunicação deficientes, identidades corporativas inexistentes são observadas com frequência e contribuem para o enfraquecimento do reconhecimento e da participação do artesanato.

Barroso (2001a, p.06 - 07) apresenta diversos fatores problemáticos das atividades artesanais:

¹ como, por exemplo, (1) Projeto Pesquisa-ação " Em retalhos: desenvolvimento e caracterização do artesanato do agreste pernambucano e o patchwork de pesqueira; (2) Projeto de Extensão " Modelando sonhos: Integrando o Artesanato e o Design para construção de um município saudável em Barra de Guabiraba-PE; (3) Projeto de Extensão "Birô de Design do Agreste e intervenção no Alto do Moura"; e (4) Projeto de Extensão "Incubação de Cooperativas de Mulheres Artesãs da Rede Pernambucana de Municípios Saudáveis" - todos registrados no www.siga.ufpe.br

- instabilidade e volume baixo de produção (principalmente baseado na sazonalidade do turismo e em grandes feiras como a FENEARTE²);
- inconstância dos produtos (em qualidade, forma, peso, tamanho, acabamento);
- falta de organização na produção;
- pouca e lenta capacidade de diversidade e renovação;
- extrativismo das matérias-primas (sem preocupação com manejo, reposição ou esgotamento);
- custo fixo sem critério;
- distanciamento entre artesão e consumidor (desinformação da demanda e custo artificialmente elevado devido ao atravessador);
- estratégias de divulgação incompetentes;
- pouco espírito associativista;
- visão empreendedora inexistente ou superficial;
- imagem do "artesanato como produto para pobre";
- não conscientização da dimensão cultural do artesanato.

Diante dessa problemática, questiona-se 'como o artesanato pode se desenvolver com mais eficácia dentro dos contextos produtivo e de consumo atuais sem perder sua natureza e essência?. Essa pesquisa conclui a participação de um conjunto de conhecimentos e ações articulados, inter-relacionados e transdisciplinares para o desenvolvimento de toda a atividade artesanal. O envolvimento de múltiplos conhecimento diferentes demonstra ser necessário trabalhar com a gestão do conhecimento. E o design, sendo uma área de conhecimentos interdisciplinares, pode ser um gestor de conhecimento.

Como o artesanato, o design também é uma área que envolve a produção de artefatos direcionados para consumidor. Ambos igualmente exigem conhecimentos técnicos e artísticos, saberes manuais e intelectuais. As ações de projeto com conceituação (geração de ideias) e fabricação também são suas características. São campos com eixos de atuação diversos. Produto, comunicação e moda; criação, gestão e promoção; sensibilização, motivação e capacitação; adaptação, transformação e introdução, todos são seus setores de trabalho e de interesse.

² Feira Nacional de Negócios do Artesanato - realizada anualmente no mês de julho em Recife-PE,

Historicamente o design se diferencia do artesanato ao surgir para o trabalho com a produção industrial diante da necessidade de especialização e separação entre as fases de conceituação e de fabricação. Contudo, a conexão entre eles é percebida desde o início quando o trabalho artesanal era integrante e obrigatório no programa de ensino da Bauhaus (principalmente em sua primeira fase) devido à consciência do papel educacional do artesanato (já comentado anteriormente). Como cita Leon (2005), a cultura artesanal é constitutiva da cultura industrial.

Diante disso, essa pesquisa percebe o trabalho em conjunto do design com o artesanato como uma estratégia eficaz para o desenvolvimento das potencialidades das atividades artesanais (uma resposta ao questionamento anterior). Assim sendo, tem-se como questão de pesquisa: "Como o design pode trabalhar com seus conhecimentos para o melhoramento das atividades de comunidades artesanais em sua totalidade (da coleta de matéria-prima a comercialização do produto final)?"

Vários programas de governo, diversas instituições públicas e privadas, múltiplas pesquisas vem desenvolvendo programas de intervenção e estudando a interação entre design e artesanato. O Programa Brasileiro de Artesanato (PAB), o Artesol (Artesanato Solidário), o SEBRAE e o Imaginário (projeto de extensão da UFPE), entre tantos, já construíram metodologias e executaram diversos projetos. Algumas pesquisas discutem e apresentam ações do design em atividades artesanais, como Barros (2006) e Abbonizio (2009), identificando alguns parâmetros e diretrizes para o trabalho do design no segmento artesanal e apresentando um "modelo lógico"³ para as inter-relações de designers com grupos de artesãos e artesãs, respectivamente.

Entretanto, ainda são observados problemas na interação entre artesanato e design, com muitos conhecimentos perdidos, ações não continuadas ou empregadas, propostas sem compreensão de sua importância, dependência constante de projetos de intervenção, assistencialismo, entre outros. Assim sendo, essa pesquisa compreende a necessidade da estruturação de uma nova proposta de trabalho em conjunto entre design e artesanato com base na gestão do conhecimento.

2 Objetivos

Objetivo Geral

Essa pesquisa teve como objetivo geral desenvolver um programa de interação do design e do artesanato com base na articulação de conhecimentos para o desenvolvimento das potencialidades das comunidades produtivas artesanais.

³ ABBONIZIO, 2009. p.15.

Objetivos Específicos

Para concretizar o objetivo geral buscou:

- Caracterizar as atividades artesanais - especificando suas propriedades e necessidades, mapeando sua problematização, identificando sua relação com outros grupos de artefatos e sistemas produtivos e apresentando sua atuação no contexto atual;
- Determinar os conhecimentos e as ações relevantes na área do design e da gestão do conhecimento para o desenvolvimento eficaz de produtos e processos e para a gestão de sistemas produtivos;
- Identificar os pontos positivos e negativos de alguns programas de intervenção de design para incorporá-los e reestruturá-los, respectivamente, no modelo base;
- Apresentar algumas diretrizes básicas para a construção do programa base;
- Estruturar todo o processo de interação dos conhecimentos do artesanato e do design;
- Esquematizar a metodologia de ação;

3 Estrutura da tese

A construção deste estudo é organizada em 07 capítulos: (1) Introdução; (2) Artesanato; (3) Design; (4) Programas de Intervenção de Design; (5) Metodologia, (6) O Modelo de Gestão: O Design Compartilhado; (7) Conclusão.

A Introdução é composta pela contextualização do tema (artesanato e design) com conceitos importantes, caracterizações gerais e demonstração de suas importâncias. O problema, questionamentos e objetivos da pesquisa são também assinalados.

O artesanato é trabalhado no capítulo 02. Ele é inicialmente caracterizado com base em 05 eixos: cultura, economia, sociedade, educação e política. Os elementos *conceituantes* das atividades artesanais são constituídos a partir de conceitos de alguns autores. As propriedades da produção artesanal são apresentadas em caráter geral. Os principais problemas ainda observados nas atividades artesanais são indicados. Como conclusão parcial são detalhadas as necessidades do artesanato.

Os conhecimentos do Design importantes para as atividades artesanais são discutidos no capítulo 03. Para conceituar o design são expressas suas características principais: competências, habilitações, ações, produtos, entre outras. Os fundamentos e

elementos básicos do design e algumas de suas metodologias de criação são apresentados. A aplicação desses alicerces através da gestão do design é demonstrada. Diante de todas essas informações, as contribuições do design para a atividade artesanal são organizadas.

O capítulo 04 trabalha programas de intervenção de design. As ações já desenvolvidas por diversos programas e projetos são apresentadas e exemplificadas. Quatro programas são destacados como referências: (1) Programa Brasileiro de Artesanato (PAB), (2) Artesol, (3) O Programa SEBRAE de Artesanato, (4) O Programa O Imaginário (UFPE). Estes são caracterizados e analisados individualmente e em seguida comparados coletivamente.

O capítulo 05 caracteriza toda a metodologia de pesquisa. Os tipos de pesquisa, métodos, técnicas e procedimentos de coleta e análise dos dados empregados para o desenvolvimento deste estudo são destrinchados. Também o processo de concatenação da fundamentação teórica, pesquisa analítica e pesquisa de campo é esquematizado.

A gestão do conhecimento acontece no capítulo 06. Inicia-se com a apresentação das dificuldades e dos problemas identificados por alguns executores dos programas de intervenção de referências. O programa de integração do design e do artesanato é, então, desenvolvido a partir dos conhecimentos e informações dos capítulos anteriores e do diagnóstico dos programas. Assim sendo, é estruturado o programa com as diretrizes bases para sua construção, seus componentes básicos (como objetivos e unidades de atuação) e sua metodologia de ação.

No capítulo 07 se encontram as conclusões de toda a pesquisa, apresentando os limites, aplicações, aspectos positivos e dificuldades esperados do sistema modelo. Também apontam pesquisas futuras para complementação do estudo e sua validação.



CAPÍTULO 02
ARTESANATO

1 Ambientação

O artesanato, desde sempre, vem desempenhando um papel relevante na construção da história humana em múltiplas esferas. Seu entendimento requer vê-lo enquanto produto e processo inseparáveis, enquanto um modo de vida muito além de um ofício ou de um estilo de artefato.

O predicado cultural do artesanato é destacado. Sua capacidade de representar, de significar, de expressar com suas características físicas (formas, cores, materiais, entre outros) e suas propriedades imateriais (temas, ações, decisões, entre tantas) demonstra sua qualidade simbólica. Seus produtos são, portanto, um bem cultural material (enquanto produto) e imaterial (enquanto produto e processo indivisíveis).

Em acordo com o Decreto-Lei N.º 25/1937⁴, patrimônio material corresponde aos bens móveis ou imóveis com valor histórico, arqueológico, etnográfico, bibliográfico ou artístico. E segundo a Convenção da UNESCO (2006), patrimônio imaterial é:

As práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural” (UNESCO, 2003 apud DOU, 2006).

A produção artesanal se caracteriza por um alcance social retratando os modos de vida de seus agentes produtores, suas relações e interações. Ao mesmo tempo, fomenta inclusão social ao gerar ocupação (trabalho) e integra indivíduos na sociedade quando promove oportunidade de acesso a bens e serviços.

Segundo as ciências sociais, a atividade artesanal se integra à cultura popular. Cultura pode ser expressa como um conjunto de símbolos, crenças, valores, comportamentos, arte, linguagem, entre outros, compartilhados por um grupo social e resultantes dos seus contextos social, econômico, ambiental e até político. O termo cultura popular se constitui diante da relação de dominação e subordinação cultural, representando manifestações culturais desenvolvidas pelo povo, o grupo social dominado. Segundo Canclini (2003):

Coloca-se sob esse nome grupos cuja situação comum de subalternidade não se deixa designar suficientemente pelo étnico (índio), nem pelo lugar nas relações de produção (operário), nem pelo âmbito geográfico (rural ou urbano). (CANCLINI, 2003 apud ABBONIZIO, 2009, p.272).

⁴ em www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0025.htm

A atividade artesanal reflete também uma dimensão educacional, tanto enquanto processo de formação (condensação de experiências coletivas e desenvolvimento de competências) como processo de comunicação (transmissão e troca de conhecimentos e informações). Como aponta o programa ARTESOL⁵, "se materializa nos saberes que se difundem e no conhecimento integral do saber-fazer".⁶

No âmbito das políticas públicas o artesanato se constitui como uma área estratégica para o desenvolvimento local. Este não corresponde, segundo o Portal de Desenvolvimento Local, ao processo regional do desenvolvimento nacional, mas à participação ativa (protagonismo) nas decisões e ações estratégicas de agentes locais, dos próprios integrantes das comunidades.

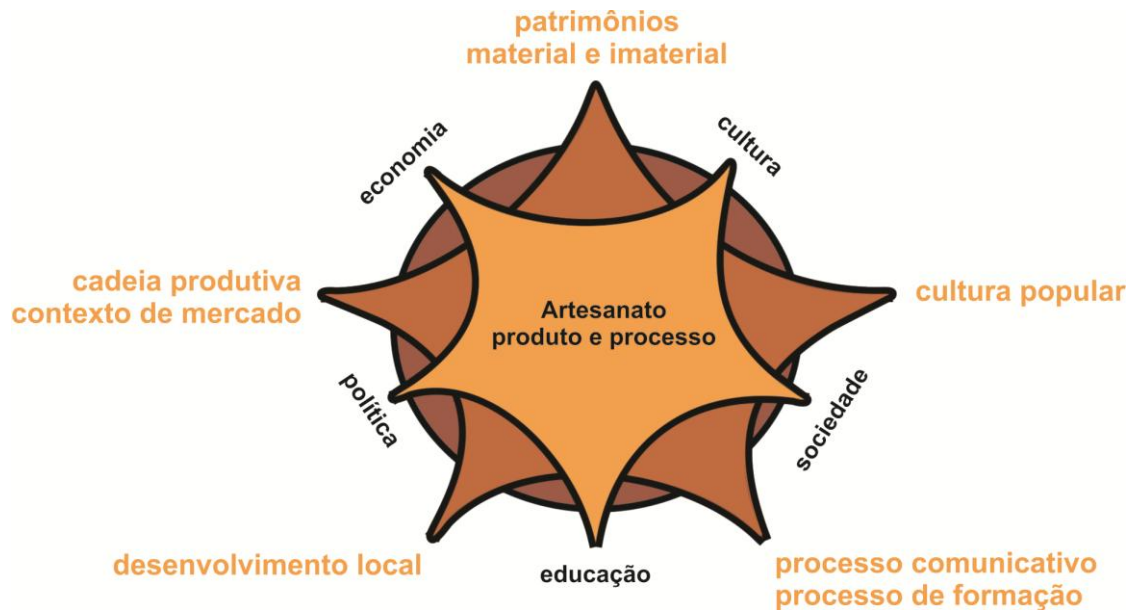
Sua dimensão econômica se estabelece principalmente em sua capacidade de geração de renda com seu processo de produção envolvendo a construção material de produtos (enquanto mercadorias) e a participação de agentes de trabalho (mão de obra). Neste contexto, as atividades artesanais se caracterizam como uma cadeia produtiva inserida num contexto de mercado. O artesanato engloba um conjunto de ações/operações integradas para a transformação de insumos (matérias-primas e produtos intermediários) em um produto final (bens ou serviços). Esta produção é direcionada para um público consumidor (tanto efetivo como potencial) com necessidades e/ou desejos compartilhados, tanto dispostos como habilitados a permutar recursos pela satisfação dessas necessidades e/ou aspirações (KOTLER, 1998). No mercado atual convive com a produção industrial e com produtos digitais.

Essas qualificações do artesanato diante dos pilares da organização social definem seu conceito efetivo no contexto atual (a partir do ano 2000) e exigem algumas propriedades e necessidades. A Figura 1 esquematiza essa integração.

⁵ ou Programa do Artesanato Solidário, uma Oscip (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público).

⁶ em <http://www.artesol.org.br/site/artesanato-de-tradicao/>

Figura 1: O processo de qualificação do artesanato diante dos pilares sociais.



Fonte: Autora da pesquisa.

2 Conceito

O conceito e abrangência do artesanato ainda é uma discussão. As diversas transformações ocorridas e que constantemente ocorrem no processo produtivo e na própria sociedade demandaram adaptações da atividade artesanal e, conseqüentemente, do seu conceito ao novo contexto de vida, às novas necessidades, às novas condições de produção, aos novos valores e olhares.

A UNESCO desde 1997 caracteriza os produtos artesanais como:

Aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias-primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social. (UNESCO, 1997 apud BORGES, 2011, p.13).

Barroso (2001b) considera o artesanato uma atividade executada individualmente (quase sem a participação de mais de um indivíduo), tendo como resultado um objeto gerado pela transformação criativa e habilidosa e pelo beneficiamento de matérias-primas, com produção em pequena escala. Como afirma o mesmo autor (2001b, p.10) o artesanato deve ter clara identificação com sua origem,

uma certidão de nascimento, impressa nas cores, nas texturas, nas marcas deixadas pelas mãos dos artesãos em cada peça.

O SEBRAE (2004, p.21) considera o artesanato "toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares (extensão da mão do artesão) com habilidade, destreza, qualidade e criatividade." Organiza os produtos artesanais em: (a) arte popular; (b) trabalhos manuais; e (c) artesanato (SEBRAE, 2010). A Figura 2 aponta as diferenças entre os três grupos.

Figura 2: Diferenças entre arte popular, trabalhos manuais e artesanato.

ARTE POPULAR	ARTESANATO	TRABALHOS MANUAIS
Produção de peças únicas	Produção de pequenas séries com regularidade	Produção assistemática
Arquétipo	Produtos semelhantes, porém diferenciados entre si	Reprodução ou cópia
Compromisso consigo mesmo	Compromisso com o mercado	Ocupação secundária
Fruto da criação individual	Fruto da necessidade	Fruto da destreza

Fonte: SEBRAE, 2010, p.12.

E segundo Borges (2011), o artesanato é um atividade produtiva muito característica do Brasil cujos artefatos:

[...] são feitos em geral coletivamente (por grupo familiares e/ou vizinhanças) e que são ou podem ser produzidos em série [...] As técnicas podem ter sido transmitidas por gerações da mesma família ou por habitantes mais velhos de uma comunidade ou podem ter sido inventadas recentemente por uma ou mais pessoas. Muito raramente essas técnicas foram aprendidas na escola, mesmo nos casos em que os grupos artesanais pertencem à classe média (BORGES, 2011, p.25).

E para o Programa do Artesanato Brasileiro (2012), artesanato:

[...] é o produto resultante da transformação da matéria-prima, com predominância manual, por um indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas previamente conceituada, aliando criatividade, habilidade e valor cultural, com ou sem expectativas econômicas, podendo no processo ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios (PAB, 2012, p.3).

Diante desses conceitos e da contextualização histórica, essa pesquisa considera o artesanato tanto como produto como processo. Sua essência está conectada a 03 fatores indispensáveis: (1) fazer manual em predominância, (2) identidade e/ou assinatura (participação ativa e direta do artesãos com conseqüentemente a identificação da origem e/ou do autor) e (3) valor sociocultural.

Cada objeto artesanal é único mesmo quando possui características muito semelhantes pois o processo de construção e manipulação artesanal individualiza seus resultados impedindo a padronização. A ação direta e pessoal do artesão sobre a matéria-prima e objetos personaliza os artefatos indicando a capacidade manual (motora), habilidade intelectual, símbolos, temas, entre outras particularidades do artesão. Seus artefatos, portanto, fazem parte da identidade de uma cultura, região, comunidade, grupo e indivíduo, expressos através de seus materiais, suas formas, suas cores, entre outros.

Segundo o Programa do Artesanato Brasileiro (2012, p.12), no artesanato:

[...] mesmo que as obras sejam criadas com instrumentos e máquinas, a destreza manual do homem é que dará ao objeto uma característica própria e criativa, refletindo a personalidade do artesão e a relação deste com o contexto sociocultural do qual emerge. (PAB, 2012, p.12).

A participação de equipamentos e maquinários manuais com atuação limitada otimiza o processo produtivo artesanal, ainda o definindo. A escala de produção de produto único, pequena, média ou grande não *desnaturaliza* o artesanato, é resultado de uma eficácia produtiva. As técnicas, se tradicionais (transmitidas por gerações) ou criadas recentemente, não o desqualificam. A participação de vários artesãos na construção de uma peça ou a separação das fases de criação e produção também não descaracterizam a atividade artesanal, sendo uma estratégia prática e não conceitual.

3 Caracterização do Artesanato

O conceito de artesanato apresentado por essa pesquisa permite sua caracterização com múltiplas propriedades: origens, matérias-primas, técnicas, componentes visuais, símbolos, temas, entre tantas. Em conjunto essas qualidades constroem seu significado, comunica seu tipo, aponta sua função, designa suas técnicas, assinala sua matéria-prima e indica seu mercado.

As suas características foram organizadas por este estudo em 04 domínios: (1) produto, (2) produção, (3) estrutura e (4) comercialização. Os atribuídos diretamente relacionados com os artefatos em si (físicos e conceituais) constituem a área produto. Os

fatores envolvidos no processo de construção dos produtos definem a especialidade produção. A esfera estrutural se compõe pelas propriedades espaciais e instrumentais (mobiliário, equipamentos e ferramentas) para a produção. O âmbito comercial envolve os meios empregados para a realização da venda dos produto (ações e estrutura).

3.1 Produtos

Tipos de artesanato

Apesar da pluralidade de características da produção artesanal, o artesanato no geral pode ser organizado em 05 grupos principais (com base no termo de referência do SEBRAE e no Programa do Artesanato Brasileiro). Com isso, estratégias de produção, comercialização e promoção específicas a cada contexto devem ser desenvolvidas para o melhor aproveitamento de cada atividade artesanal.

- Artesanato Tradicional: caracterizado por práticas (ações e propriedades físicas) ratificadas por uma continuidade histórica e cultural e transmitidas por gerações. A Renda de Bilro (Figura 3) expressa fortemente a tradição das ações de seus artesãos refletindo suas histórias.

Figura 3: O artesanato tradicional da Renda de Bilro.



Fonte: Autora da pesquisa - praia de Ponta Negra/RN.

- Artesanato de Referência Cultural: planejado para expressão cultural e desenvolvido para o mercado (adaptado às necessidades e aos desejos dos consumidores). Trabalha com a incorporação, por meio do resgate ou releitura, de elementos culturais representativos (iconografia) do contexto no qual é produzido, independente da técnica empregada. Os artefatos do artesão Expedito Seleiro resgatam os símbolos do cangaço (Figura 4).

Figura 4: Produtos de referência cultural de Expedito Seleiro (CE).



Fonte: <http://caririmodels.blogspot.com.br>

- Artesanato Conceitual: constituído por produtos que expressam uma reflexão, um conceito, principalmente sobre estilo de vida, valores, interesses e afinidades culturais. Não sendo preso a nenhuma tradição ou cultura, pode trabalhar com inovação. Os produtos reciclados, como a bolsa da Figura 5, tem como elemento de criação um discurso de valor.

Figura 5: Artesanato conceitual em produtos com materiais reciclados.



Fonte: <http://artereciclavel.blogspot.com.br>

- Industrianato⁷: com produção em escala significativa e em série e com moldes e equipamentos de reprodução. É composto por artefatos que expressam identidade cultural e comunicam conceitos. Os "souvenires" destinados ao turista são exemplos tipos do industrianato ao representar uma cultura, um povo, um local e ao ser produzido de forma quase

⁷ em SEBRAE, 2010, p.12.

padronizada e pouco individualizada. Os barquinhos de Paraty (RJ) são transformados em lembranças da região (Figura 6).

Figura 6: Barquinhos souvenir de Paraty (RJ).



Fonte: <http://vereadorvidal.blogspot.com.br>

- Artesanato Indígena: desenvolvido em meio a comunidades indígenas, dispensando a assinatura. Os artefatos desenvolvidos pelos Índios Marajoara constituem expressão da sua cultura indígena (Figura 7).

Figura 7: O Artesanato Indígena Marajoara.



Fonte: www.elo7.com.br

Esses diversos grupos de artesanato podem ser caracterizados com base na relação entre valor cultural e volume de produção, reflexos de suas propriedades. O artesanato indígena ao representar uma cultura específica possui maior representação cultural. O artesanato tradicional, com suas técnicas clássicas e sua história, tem grande

valor simbólico. Ambos têm capacidade semelhante de produção mediana. O artesanato de referência cultural ao trabalhar com símbolos culturais e ao mesmo tempo com técnicas variadas contém força cultural e produção significativa. O artesanato conceitual por sua flexibilidade de simbolização (de referências culturais a conceitos abstratos) e de produção (de produção única à mediana) permitem valor cultural mediano e as mais variadas capacidades produtivas. E o industrializado com seus produtos semelhantes possui menor valor cultural mas grande volume de produção.

Funções dos artefatos

As funções dos artefatos artesanais foram sendo desenvolvidas ao longo da história. Em cada período alguma função se sobressaia enquanto necessidades e desejos do mercado. São observadas 07 funções principais:

1. Utilitária: busca atender às necessidades práticas de atividades e trabalhos. A panela da Figura 8 exemplifica a predominância da função prática do artefato.

Figura 8: Panela artesanal com funcionalidade predominante.



Fonte: <http://sitiocasarao.blogspot.com.br>

2. Decorativa: atua na ornamentação de ambientes. As namoradeiras (Figuras 9) são peças para decoração.

Figura 9: Namoradeiras decorativas.



Fonte: <http://donamocinhadobrasil.loja2.com.br>

3. Acessório: busca o embelezamento pessoal, uma função decorativa específica. O colar da Figura 10 é um acessório construído artesanalmente com couro.

Figura 10: Colar artesanal em couro.



Fonte: <https://www.facebook.com/SimoneAndradeAcessorios>

4. Religiosa / Litúrgica: é empregado em rituais e demonstrações de crença e fé. O oratório em bambu da Figura 11 desenvolvido artificialmente tem função litúrgica.

Figura 11: Oratório artesanal.



Fonte: <http://www.meubazar.com.br/produtos.asp?id=1705>

5. Lúdica: trabalha para o entretenimento e o imaginário popular. As burrinhas de carnaval (Figura 12) compõem a cultura popular transformada em brincadeira.

Figura 12: A burrinha com sua função lúdica.



Fonte: http://gisele-moura.blogspot.com.br/2009/06/blog-post_3301.html

6. Educativa: dedica-se a práticas pedagógicas. Alguns brinquedos artesanais funcionam para desenvolver competências (Figura 13).

Figura 13: Brinquedo educativo artesanal.



Fonte: <http://meusjogosedemeninas.uol.com.br>

7. Resgate-lembrança: destina-se ao resgate e à preservação de memórias. Os pesos de porta da Figura 14 resgatam imagens do Rio de Janeiro.

Figura 14: Lembranças do Rio de Janeiro - pesos de porta.



Fonte: <http://www.redeasta.com.br/peso-de-porta-p-o-de-acucar.html>

Cada uma dessas funções se constitui também com ênfase em uma das três propriedades básicas: funcional, estética e simbólica. Estas não são isoladas, podendo um mesmo artefato integrar mais de um predicado.

Os artefatos utilitários possuem na funcionalidade sua natureza, com equilíbrio entre estética e simbologia. Os produtos educativos para trabalharem necessitam de ênfases funcional e simbólica. Os objetos litúrgicos também se caracterizam com

importância funcional e simbólica, porém, com um pouco de estética para a harmonização com o contexto religioso. As peças decorativas e os acessórios exploram fortemente a estética, ligadas diretamente a sua funcionalidade com um pouco de simbologia. E os artefatos lúdicos e de resgate-lembrança têm na simbologia sua essência de ação e sua existência.

Materiais-primas

O artesanato é desenvolvido com uma infinidade de matérias-primas. Estas podem ser de origem mineral, vegetal ou animal, sendo utilizadas em estado natural (em estado puro), processadas (com tratamento ou transformações de natureza física ou química) ou recicladas (reutilização de materiais). A Figura 15 apresenta a grande variedade de matérias-primas, de práticas profissionais e os principais produtos do artesanato.

Figura 15: Variedade de matérias-primas e práticas profissionais do artesanato.

MATERIA-PRIMA	MINERAL	VEGETAL	ANIMAL	MINERAL + VEGETAL + ANIMAL
NATURAL	ARGILA cerâmica porcelana mosaico	FIBRAS tapeçaria cestaria movelaria	COURO sapataria calçados selaria malas	
	PEDRA santeria joalheria movelaria cantaria	MADEIRA marchetaria lutheria carpintaria naval marcenaria santeria escultura	CHIFRE OSSOS práticas diversas	
			CONCHAS CORAIS entalhes esculturas	
			LÃ tecelagem	
		CASCAS E SEMANTES práticas diversas	PENAS PLUMAS práticas diversas	
PROCESSADA	METAIS ferraria ferramentas utensílios joalheria serralheria	FIO tecelagem rendas bordados	COURO calçados selaria malas	CERA modelagem
	VIDRO vitrais mosaicos embalagens	TECIDOS costura bordados	FIOS DE SEDA tecelagem bordado	COURO SINTÉTICO calçados bolsas acessórios
	GESSO modelagem	BORRACHA práticas diversas	LÃ tecelagem	MASSA modelagem
	PARAFINA modelagem			PARAFINA modelagem
RECICLÁVEL / REAPROVEITÁVEL	METAIS ferramentas utensílios joalheria serralheria	MADEIRA marchetaria marcenaria escultura	COURO práticas diversas	COURO SINTÉTICO calçados costura bolsas acesórios
	VIDRO vitrais mosaicos embalagens	PAPEL práticas diversas	LÃ tecelagem tapeçaria bordados	
	PLÁSTICO práticas diversas	TECIDOS costura bordados fuxico		

Fonte: SEBRAE, 2010, p.16.

3.2 Produção

Agentes de trabalho

A organização dos agentes de trabalho se baseia na experiência e nos conhecimentos dos integrantes:

- Mestre artesão: artesão considerado referência na área com grande experiência na atividade, responsável em transmiti-la.
- Artesão: indivíduo com os conhecimentos técnicos e habilidades necessários para o desenvolvimento da atividade.
- Aprendiz: indivíduo em processo de aprendizagem (conhecimentos técnicos) trabalhando ainda como auxiliar na realização das atividades.

Processos de produção

Cada tipo de artesanato demanda um processo de construção particular, com técnicas e matérias-primas específicas. Fases semelhantes, contudo, podem ser observadas. Esta pesquisa as organiza como: Fase de preparação (fase 01); Fase de construção (fase 02); e Fase de acabamento (fase 03).

A atividade artesanal se inicia com a matéria-prima, sua aquisição (coleta ou escolha) e depois sua preparação. Como já comentado, alguns materiais são diretamente colhidos no ambiente (como as folhas das bananeiras para a cestaria - Figura 16a), preparados (como o desfiado das mesmas folhas - Figura 16b) e/ou tratados (como a secagem da fibra - Figura 16c). Outras já estão prontas para sua utilização devendo ser estruturados para conformação com a técnica (o corte dos tecidos do fuxico - Figura 17).

Figura 16: Fase de preparação - cestaria.



Fontes: Autora da pesquisa - grupo Mãos de Fibra / Limoeiro-PE.

Figura 17: Fase de preparação - fuxico.



Fonte: www.solidarium.net

Com os materiais disponíveis e adequados, a construção do artefato propriamente dita é desenvolvida. Esta abrange duas ações básicas: conceituação e produção. O processo é principiado com a ideia, com a definição do tema, do conteúdo informacional e da composição visual (como cor, textura, entre tantos). Na sequência, a execução das técnicas materializa o projeto definido. É característico da maioria das atividades artesanais a não separação, ou melhor, a não individualização dessas duas etapas, ocorrendo de forma simultânea com as decisões sendo tomadas durante o desempenho das técnicas (como a produção de máscaras de papel - Figura 18). Entretanto, algumas, como as rendas, necessitam de um projeto formal (desenho) para a aplicação das técnicas, particularizando a conceituação e a produção (Figura 19).

Figura 18: Fase de construção e produção - máscaras de papel.



Fontes: Autora da pesquisa - Bezerros/PE.

Figura 19: Fase de construção e produção - Renda Renascença.



Fontes: Autora da pesquisa - COMASPE / Pesqueira - PE.

Para finalizar, o acabamento é desenvolvido. Seu conceito representa o arremate (como dar o nó no fio do bordado) e o aperfeiçoamento (instituir uma propriedade especial, como a aplicação de esmalte na cerâmica - Figura 20).

Figura 20: Fase de acabamento - cerâmica.



Fontes: <http://luaymarceramica.blogspot.com.br>

É característico da maioria da produção artesanal o processo de sociabilização. Os artesãos trabalham juntos, trocam experiências e conversam durante a atividade. A

integração com o ambiente (como a produção na areia das rendeiras de Riacho Doce/AL - Figura 21) e com outros artesãos é cultural.

Figura 21: O processo de socialização da produção artesanal.



Fontes: <http://luaymarceramica.blogspot.com.br>

Técnicas

Os diferentes tipos de artesanato e suas fases envolvem diversas técnicas de produção artesanal. Muitas delas já são oficialmente nomeadas e caracterizadas no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro - SICAB e no Programa do Artesanato Brasileiro (2012, p.32-52 - anexo 01):

- Amarradinho/Puxadinho;
- Armaria Decorativa;
- Arpilheria;
- Boleado;
- Bordados;
- Carpintaria;
- Cartonagem;
- Cerâmica (Faiança, Grês, Olaria, Olaria Vidrada, Porcelanas, Raku e Terracota);
- Cestaria;
- Cinzelagem;
- Composição de Imagem;

- Confeção de Bonecos;
- Costura (Patchwork e Fuxico);
- Customização;
- Crochê;
- Curtimento;
- Cutelaria;
- Decoupage (Colagem ou Papietagem);
- Dobradura;
- Entalhe/Escultura (Lapidação e Esmerilhamento);
- Esqueletização;
- Fiação;
- Folheação/Douração (Gilding);
- Fundição (Filigrana e Ourivesaria);
- Funilaria/Latoaria;
- Gravação (Litogravura, Pirogravura, Xilogravura, Gravação em Vidro e Serigrafia ou Silk-Screen);
- Infusão;
- Jateamento;
- Luteria ou Luteraria;
- Mamucaba;
- Marcenaria;
- Marchetaria;
- Matelassê;
- Modelagem;
- Montagem;
- Mosaico;
- Pintura;
- Reciclagem;

- Renda (Bilro, Frivolitê, Gripier, Grampada, Irlandesa, Renascença, Macramê, Singeleza ou Renda Turca ou Jaguapitã, Labirinto ou Crivo ou Contado e Tenerife ou Nhanduti ou Renda Do Sol);
- Secagem;
- Selaria;
- Serralheria;
- Tapeçaria;
- Tecelagem;
- Tingimento;
- Trançado;
- Tricô;
- Vidrado;
- Vitrificação.

3.3 Estrutura

Posto de trabalho

A produção artesanal, devido à grande variedade de matérias-primas e de técnicas empregadas, caracteriza-se por múltiplos postos de trabalho, as unidades produtivas básicas compostas por toda a estrutura física (móveis, equipamentos e ferramentas), a configuração desta e o ambiente circunscrito. Cada artesão e cada estilo de artesanato demandam necessidades estruturais específicas para a realização de suas atividades.

Diversos tipos de artesanato trabalham com ferramentas de múltiplas técnicas, mobiliários comuns e ambientes de trabalho sem particularização (como o bordado com suas agulhas e linhas - Figura 22). Outros possuem ferramentas e mobiliários específicos mas sem ambiente particular (como as rendeiras de bilro com seus cavaletes, almofadinhas e bilros - Figura 23).

Figura 22: Ferramenta, mobiliário e ambientes comum - bordado.



Fonte: www.bordadosdepassira.com.br

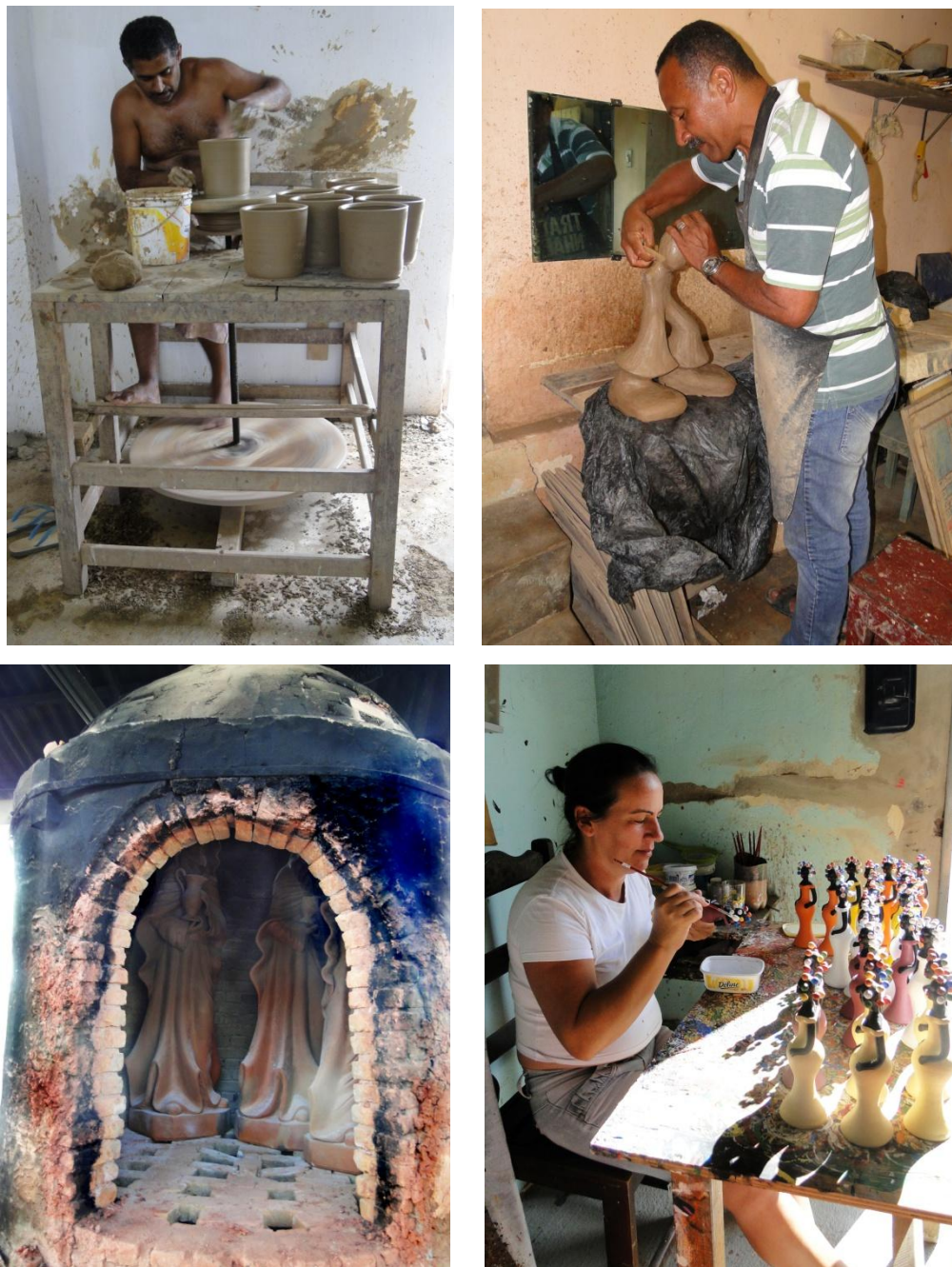
Figura 23: Ferramenta e mobiliário específicos - Renda de Bilro.



Fonte: Autora da pesquisa - Ponta Negra / Natal-RN

Algumas produções artesanais exigem vários espaços diferenciados e equipamentos complexos. A produção da cerâmica (Figura 24) trabalha com ferramentas, mobiliários e espaços distintos e específicos para cada fase da fabricação dos artefatos (modelagem, queima e pintura, por exemplo).

Figura 24: Ferramentas, mobiliários e ambientes especializados - cerâmica.



Fonte: Autora da pesquisa - Tracunhaém/PE.

A maioria da produção artesanal é doméstica, sendo realizada em casa ou em espaço não individualizado para a atividade. Isto pois, em muitos casos, a produção é conciliada com outras atividades (como as próprias atividades domésticas ou outro ofício) ou não há recursos disponíveis para a especificação. A Figura 25 exemplifica a produção doméstica da renda Tenerife.

Figura 25: Produção doméstica - tenerife.



Fonte: Autora da pesquisa - Barra de Guabiraba / PE.

Outras produções artesanais são realizadas em oficinas, ambientes especializados ou individualizados. A Figura 26 apresenta um artesão trabalhando em uma oficina na produção de mamulengo.

Figura 26: Exemplo de postos de trabalho em oficina - mamulengo.



Fonte: Foto da autora da pesquisa - Carpina/PE.

3.4 Comercialização

Mercado

O mercado está se "ressignificando"⁸. A capacidade dos artefatos em expressar alguns valores (como calor humano, singularidade e pertencimento) se tornou mais reconhecida. O artesanato ao se qualificar com essa habilidade está renascendo. Segundo PAZ (1991 apud Borges, 2011, p.204) o artesanato pertence a um contexto no qual não há a separação entre utilidade e beleza pois "a beleza era a aura do objeto, a consequência - quase sempre involuntária - da relação secreta entre feitura e seu sentido. A feitura: como está feita a coisa; o sentido: para que está feita".

Em face do seu conceito, funções e variedades de características, o artesanato pode participar de mercados diversos. Cada mercado se caracteriza por concorrentes específicos e elementos fundamentais de construção, necessitando de estratégias de criação, produção, comercialização e promoção direcionadas a seu contexto.

Nestes múltiplos mercados o artesanato pode ser opção fundamental; concorrer indiretamente com produtos industriais e artefatos digitais; ou trabalhar em conjuntos com eles. No contexto atual (a partir do ano 2000), essa pesquisa aponta 03 mercados principais de atuação do artesanato: (1) mercado turístico; (2) mercado da moda; (3) mercado conceitual.

Mercado turístico

Muitas pesquisas, como o Termo de Referência do SEBRAE (2004 e 2010) e o próprio Programa do Artesanato Brasileiro (2012), apontam o turismo como grande mercado do artesanato. Devido à sua natureza simbólica e representação sociocultural, o artesanato encontra no turismo um lugar para, além de consumir suas obras, contar sua história, do seu criador, do seu povo.

Esse mercado absorve todos os cinco tipos de artesanato (indígena, tradicional, de referência cultural, industrializado e conceitual), com menos força o artesanato conceitual por este nem sempre representar a cultural local específica (pode expressar ainda um conceito abstrato). Todas as matérias-primas são igualmente de interesse.

As funções dos artefatos, contudo, não possuem um equilíbrio de importância nesse mercado. A simbologia é a demanda principal (Resgate-lembrança e depois lúdico). A estética também é significativa (decoração e acessório igualmente). Já a funcionalidade prática (utilitário e educativo) se caracteriza por plano secundário.

⁸ BORGES, 2011, p.204.

Dois contextos particulares e ao mesmo tempo conectados são identificados. Espaços turísticos (hotéis e pousadas, restaurantes e bares, centro de eventos, entre tantos) utilizam obras artesanais para sua ambientação. Já os turistas procuram no artesanato uma lembrança ou um "presentinho" de suas viagens. Ambos os cenários possuem, contudo, necessidades e interesses distintos. A Figura 27 apresenta a ambientação do Restaurante Paraxá em Recife com a utilização de peças artesanais de referência cultural com função decorativa. Peças de expressão cultural (decorativa ou resgate-lembrança) como na Figura 28 são souvenirs nordestinos .

Figura 27: Artesanato em ambientação.



<http://www.matraqueando.com.br/onde-comer-bem-e-barato-no-recife/comment-page-1>

Figura 28: Artesanato souvenir.



Fonte: <http://www.viladoartesao.com.br/blog/2010/08/fabio-smith-no-bazar-da-vila/>

A ambientação de espaços requer simbologia e visibilidade, originalidade e personalidade. Por isso, busca peças bem expressivas, com tamanhos significativos, com identidade e alta valorização. Embora com dimensão não ampla (as peças pouco são renovadas, não há compras constantes), constitui um mercado significativo para o artesanato pois além de divulgá-los, busca e explora seu conteúdo simbólico e não limita suas características.

Já o mercado dos souvenirs demanda expressividade e deslocamento dos artefatos. Caracteriza-se por limitações dos meios de transporte (como por exemplo, peso e tamanho) e de poder e interesse de compra (preço). Diante disso, exige peças com, além de representatividade cultural, mobilidade, pouca fragilidade (pelo menos o máximo possível), e, em muitos casos, com valor de compra acessível a grupos diversos (para mais e maiores compras). Embora o "industriano" se qualifique mais nessas propriedades, esse mercado consome todos os tipos de artesanato.

A transformação do artesão e de seu local de produção em ponto turístico consolida e amplia seu vínculo com o turismo. Ao mesmo tempo em que concretiza a participação do artesanato no mercado (estimulando o interesse nele e destacando sua representatividade) também contextualiza ainda mais os artefatos, as ações e os artesãos. O artesanato proporciona uma experiência maior e mais intensa do turista com o contexto visitado.

Mercado da Moda

Motivado por sua essência (por exemplo, personalidade, simbologia, caráter participativo, entre outras), por sua representatividade cultural, ou simplesmente como uma nova opção de estilo, o mercado da moda vem buscando no artesanato tanto temas e conceitos como artefatos e processos de produção. Embora possa absorver todos os tipos de artesanato, os artesanatos tradicional, indígena e de representação cultural se destacam mais para esse contexto ao possuírem maior valor cultural. Também as matérias-primas mais flexíveis, resistentes e adequadas aos produtos de moda prevalecem (como fios, tecido, couro, lã e fibras). A estética é a funcionalidade predominante (decoração e acessórios), com a simbologia também significativa (lúdico, resgate e até litúrgico). A comunicação é a funcionalidade procurada e exigida.

Muitos dos seus criadores (designer, estilistas, entre outros) inspiram-se e procuram referências no artesanato para seus temas e obras. Com isso, como aponta Leon (2005), peças artesanais, já prontas ou criadas especificamente para a coleção, são incorporadas às criações. Os artesãos se tornam fornecedores. Neste contexto, o artesanato trabalha em conjunto com a produção industrial. A Figura 29, exemplifica a aplicação da Renascença e dos bordados nas coleções de Ronaldo Fraga.

Figura 29: O artesanato na moda.



Fonte: <http://espacomome.blogspot.com.br> e
www.modasemfrescura.com.br/category/spfw-verao-2009/

O mercado da moda é um mercado cuja visibilidade e valorização da participação do artesanato é significativa. Contudo, pode ao mesmo tempo limitar a liberdade criativa devido à necessidade de acomodação a outras peças ou ao estilista projetar a peça e o artesão apenas fabricá-la.

O modismo (ato de se comportar igual à maioria devido à influência e não por identificação) também pode trabalhar com o artesanato, indicando-o como tendência. É um processo de valorização rápida e momentânea, mas, efêmera. Um grande exemplo da atuação do modismo com o artesanato foi a participação e supervalorização dos fuxicos, aplicados em diversos objetos de moda como acessórios e roupas (Figura 30). Peças antes consideradas 'coisas de avó', tornaram-se interessantes e desejosas. É um mercado com vantagem imediatista (muito interesse, muita venda), porém, ao ser muito mutável exige sempre inovação, requalificação e constante estratégia de valorização.

Figura 30: O modismo do artesanato.



Fonte: www.revistaartesanato.com.br

Mercado Conceitual

Diante de uma conjuntura globalizada, um mercado interessado em conceitos e personalidades é observado. A busca se direciona para a funcionalidade agregada ao valor emocional, significado cultural e importância social.

Contestando a automatização, a impessoalidade e a racionalização industrial, demanda artefatos mais humanizados, com liberdade de processo de criação, com reunião de saberes manuais e intelectuais e, principalmente, com conteúdo ético e cultural. Não há predefinições para as características básicas (tamanho, peso, preço, entre outros) dos artefatos, desde que o significado da peça esteja expresso e seja compreendido. Assim, absorve todos os tipos, funções e matérias-primas do artesanato.

Neste contexto, o artesanato se estabelece com pouca concorrência, sendo a solução e a decisão coerente. Como aponta Marinho (2007) é um mercado não limitado a peças exclusivas ou originais, com aceitação de produção seriada, mas em pequena escala. As painéis de barro da Figura 31 tem funcionalidade de destaque (gosto diferente devido ao material) com expressão estética valorizada e simbolismo (representação simbólica da renda na decoração da peça).

Figura 31: Artefato artesanal com mercado conceitual.



Fonte: Autora da pesquisa.

3.5 Sistema de comercialização

O processo de comercialização dos produtos artesanais acontece principalmente por meio de dois principais sistemas: (1) venda direta com os artesãos e (2) intermediários. Ambos possuem características distintas e proporcionam vantagens e desvantagens para o artesanato e para os artesãos.

Muitos artesãos comercializam diretamente os próprios produtos e até seus serviços. Alguns artesãos transformam seus espaços de produção em pontos comerciais. A produção de mamulengo do mestre Miro de Carpina /PE é realizada num espaço atrás da sua loja onde também faz apresentação de teatro de mamulengo (Figura 32).

Figura 32: Espaço de produção como ponto comercial - mamulengo.





Fonte: Autora da pesquisa - Carpina/PE

Outros trabalham em espaços específicos para comercialização (como em mercados - Figura 33). Participam também de feiras locais e nacionais (como a FENEARTE - Figura 34).

Figura 33: Comercialização em mercados - bordado.



Fonte: Autora da pesquisa - Passira/PE.

Figura 34: Comercialização em feiras locais e nacionais.



Fonte: desconhecida.

Este sistema permite a negociação direta entre os artesãos com os consumidores e a contextualização produtiva e socialcultural das peças. Entretanto, depende do próprio artesão a comercialização e promoção dos artefatos e concentra sua disponibilidade próxima ao contexto de produção (muitas vezes em cidades do interior).

A participação de intermediários para a comercialização dos artefatos artesanais é uma prática bastante comum. Os artesãos fornecem peças para serem negociadas em centros culturais pelo processo de consignação (como o Centro Pernambucano de Artesanato em Bezerro/PE com museu e loja - Figura 35). Ou comercializam seus produtos para serem revendidos em lojas particulares (como a loja O imaginário no Alto da Sé em Olinda/PE - Figura 36). Este sistema promove e difunde mais o artesanato quando descentraliza seu acesso, apresentando-o em múltiplos ambientes e contextos. Também permite aos artesãos dedicação exclusiva à produção. Contudo, não proporciona o contato dos consumidores com os artesãos e seus cenários produtivo e sociocultural. No sistema de lojas compartilha o espaço com outros artesãos e divide as receitas (geralmente o artesão recebe um valor inferior pelas peças).

Figura 35: Comercialização em centros culturais.



Fonte: Autora da pesquisa - Bezerros/PE

Figura 36: Comercialização em lojas particulares.



Fonte: Autora da pesquisa - Olinda/PE.

O comércio eletrônico é um processo pouco aplicado ou praticamente inexistente no artesanato. Ao exigir maior tecnologia, conhecimentos formais e técnicos, dedicação específica, entre outros, não se integra com facilidade ao contexto da produção artesanal.

3.6 Outros

Organização do trabalho

A produção artesanal pode se organizar em 05 formas principais:

- Núcleo de produção familiar: grupos familiares (força de trabalho com dedicação integral ou parcial) dirigidos pelo chefe da família (mãe ou pai). O sistema de pagamento não é fixo, mas dependente do trabalho exercido, da necessidade ou da disponibilidade no caixa.
- Grupo de produção artesanal: grupo de artesãos atuantes no mesmo segmento artesanal com acordo informal.
- Núcleo misto: grupos de artesãos com diferentes matérias-primas e técnicas de produção com o objetivo de usufruírem de benefícios em comum, como estratégias de promoção e comercialização.
- Empresa artesanal: personalidade jurídica (micro ou pequenas empresas) gerida por processo contratual (contrato social). Tem como agentes de trabalho artesãos e aprendizes com sistema de pagamento fixo (salário ou porcentagem sobre a venda).
- Associação: instituição de direito privado sem fins lucrativos dirigida por estatutos sociais e com diretoria periódica eleita. Objetiva a preservação dos interesses dos associados.
- Cooperativa: associações de indivíduos (mínimo de 20 participantes) na busca de benefícios comuns e da organização e regularização das atividades de interesse partilhado.

4 Diagnóstico da problemática do artesanato

Apesar da extensa história do artesanato como atividade produtiva, como estilo de produto, como expressão sociocultural, entre tantas, as atividades artesanais ainda apresentam problemas estruturais, processuais e de decisão significativos. Estes se tornam obstáculos para sua valorização e desenvolvimento podendo **ser** trabalhados por meio de uma cultura de design.

Para sua discussão são apresentados e exemplificados os principais problemas encontrados em uma amostragem de comunidades artesanais. Essa apresentação indica algumas situações problemáticas ou possibilidades de falhas já percebidas e encontradas diretamente nos grupos produtivos, não significando a sua existência em todas as atividades artesanais.

Nesta pesquisa essas deficiências são organizadas em 07 eixos: (1) produtos, (2) produção, (3) estrutura, (4) comercialização, (5) identidade, (6) promoção e (7) gestão. Estes foram construídos com os 04 domínios trabalhados na caracterização do artesanato (os quatro primeiros) com 03 novos campos (os três últimos).

Produtos

Apesar da abrangência e da multiplicidade de possibilidades de características do artesanato, algumas qualificações são exigidas neles. Propriedades inadequadas (funcional, estética ou simbolicamente - forma, material, composição, entre outras) ou desenvolvidas sem eficácia (com defeito) são observadas em algumas atividades artesanais. As asas das xicarazinhas em ferro são impróprias a sua funcionalidade pois esquentam quando inserido líquido quente (Figura 37). A Figura 38 apresenta uma peça com diferença de 0,5cm no comprimento de uma das patas traseiras, instabilizando-a.

Figura 37: Produto com propriedade inadequada.



Fonte: Autora da pesquisa.

Figura 38: Produtos com defeito



Fonte: Autora da pesquisa - Trachunhaem/PE.

Matérias-primas inadequadas são empregadas na construção de alguns artefatos. O porta-revista construído com feltro pela comunidade de Itaquitinga tem problemas estético e funcional devido à matéria-prima, ao não ser rígida o suficiente para manter sua forma, ele deforma para frente (Figura 39).

Figura 39: Matéria-prima inadequada.



Fonte: Autora da pesquisa - Itaquitinga/PE

Acabamentos com execução de má qualidade também desqualificam peças artesanais. A cola visível para a fechamento do entrançado do colar da Figura 40 desvaloriza a peça quando o desclassifica esteticamente.

Figura 40: Produtos com problemas de acabamento - bijuteria.



Fonte: Autora da pesquisa - Barra de Guabiraba - PE

Produção

A metodologia projetual empregada na maioria das atividades artesanais se caracteriza pela não separação entre a fase conceitual (construção da ideia e definição do conceito e elementos de composição - como forma, cor e pontos). Em sua maioria, este sistema tem proporcionado subsídios adequados a construção dos artefatos. Apesar disso, em algumas atividades específicas essa inexistência de individualização desenvolve peças desarmonizadas e perda de material ao não haver planejamento com antecedência.

Alguns processos mal executados também são identificados em algumas comunidades artesanais. Em consequência, resíduos e defeitos são desenvolvidos. Restos de tecido pequenos para o tamanho das peças para a produção do patchwork desperdiçam matéria-prima. Rachaduras em jarros, devido a bolhas na peça (Figura 41) desclassificam os produtos.

Figura 41: Produtos com defeito.



Fonte: Autora da pesquisa - Tracunhaem/PE

As técnicas são conhecimentos bastante consolidados nos grupos artesanais. Sua execução acontece com eficácia pelos artesãos e estes as transmitem aos aprendizes de forma adequada. A dificuldade se constitui na exploração das técnicas, na descoberta de suas potencialidades (como a criação de novos pontos para as rendas e novas formas na construção das tramas da cestaria) para diversificação e maior adequação aos artefatos.

Estrutura

Mesmo diante do caráter doméstico e informal da produção artesanal, os postos de trabalho são, em sua maioria, muito improvisados. Não há a adequação do mobiliário e do ambiente de produção para permitir a segurança e conforto dos artesãos. A Figura 42 e Figura 43 exemplificam respectivamente essa improvisação de posto de trabalho na produção doméstica e em ambiente específico de produção. A Figura 44 demonstra um ambiente de trabalho desorganizado e confuso.

Figura 42: Improvisação de postos de trabalho em contexto doméstico.



Fonte: Autora da pesquisa - Marechal Deodoro / AL.

Figura 43: Improvisação de postos de trabalho em ambiente de produção.



Fonte: Autora da pesquisa - Barra de Guabiraba / PE.

Figura 44: Ambiente de produção inadequado.



Fonte: Autora da pesquisa - Nova Olinda/CE.

As ferramentas empregadas nas produções artesanais fazem parte da própria essência e história do artesanato e de suas técnicas. Entretanto, algumas delas são desconfortáveis, inseguras ou com desempenho pequeno. Alguns processos desenvolvidos durante a produção de mamulengos (como a modelagem dos rostos das peças) são inseguros e desconfortáveis e as ferramentas disponíveis não colaboram para minimizar esses riscos (Figura 45).

Figura 45: Processo e ferramentas inadequadas - mamulengo.



Fonte: Autora da pesquisa - Carpina/PE

Comercialização

A comercialização dos produtos demonstra ser um campo problemático para o artesanato, principalmente ao ser meta de qualquer atividade produtiva. Deficiências são encontradas em todo o sistema (oferta, exposição, embalagens, mercado e processos).

Embora o artesanato signifique mais do que simplesmente um produto no mercado, problemas na acomodação de oferta e demanda são percebidos. Compreender e atender aos interesses e necessidades do mercado por parte dos artefatos artesanais é uma estratégia eficaz pois supre carências e desenvolve atração. Problemas de diferenciação, de pouca variação ou até de aplicações desvalorizadas são observados em algumas atividades artesanais, desenvolvendo indiferença, desinteresse e inadequação. No Alto do Moura são desenvolvidas por muitos artesãos bonecas de barro análogas em tema e propriedades (Figura 46). Mamulengos muito parecidos são produzidos pelo mesmo artesão (Figura 47). As florzinhas de crochê são aplicações com pouco valor de venda e pouco interesse de mercado (Figura 48).

Figura 46: Produtos sem diferenciação - barro.



Fonte: Autora da pesquisa - Caruaru/PE.

Figura 47: Produtos sem variação - mamulengo.



Fonte: Autora da pesquisa - Carpina/PE.

Figura 48: Produtos com aplicações desvalorizadas - crochê.



Fonte: Foto da autora da pesquisa.

Sistemas de exposição, enquanto organização e exibição, ineficientes para apresentar e valorizar as peças são comumente empregados nos ambientes de comercialização. Excesso de artefatos, mobiliário inadequado, distribuição aleatória são os principais problemas. A Figura 49 exemplifica sistemas de exposição deficientes com organização e móvel desfavoráveis.

Figura 49: Móveis e organização para exposição inadequados - renda e barro.



Fonte: Foto da autora da pesquisa - Pesqueira e Passira/PE.

Ambiente descontextualizado e sem sinalização não indica o espaço, não integra à identidade do grupo, não promove os produtos artesanais nem estimula suas vendas. A Figura 50 apresenta a área de venda da Associação das Bordadeiras Manuais de Passira sem sinalização.

Figura 50: Ambientação problemática - bordado.



Fonte: Foto da autora da pesquisa - Passira/PE.

Embalagens deficientes e até inexistentes dificultam o deslocamento, proteção e promoção dos artefatos artesanais. A Figura 51, apresenta as peças de barro do Alto do Moura embaladas de forma inadequada.

Figura 51: Embalagens ineficientes - cerâmica.



Fonte: Autora da pesquisa - Alto do Moura / PE

A dependência de intermediários institucionais e particulares para a comercialização e distribuição dos artefatos artesanais é uma constância em muitas comunidades. Essa vinculação divide a receita entre artesãos e terceiros e não permite a integração entre consumidores e produtores.

Identidade

A personalidade, contextualidade e assinatura são propriedades da essência do artesanato, expressas na sua identidade enquanto representação gráfica (como logomarca e etiquetas) e propriedades (como cor, textura e imagens) dos artefatos. Produtos e grupos de artesãos sem identidade são grandes disfunções encontradas nas atividades artesanais.

A maioria dos grupos artesanais não possui identidade visual e aplicações. Também sinalização desfavorável ou inexistente para a identificação e promoção das oficinas, ateliês e lojas são também problemas observados.

Artefatos com temas e características sem relacionamento com seu contexto são frequentemente desenvolvidos. Referentes descontextualizados não individualiza, localiza ou representa culturas, processos, comunidades e artesãos envolvidos. Estilo de ações e atributos físicos e visuais diferenciam e personalizam obras e atividades. Diversos personagens da Disney são modelados em barro (Figura 52). As bonecas negras com detalhes coloridos no cabelo não encontram referentes locais (Figura 53).

Figura 52: Produtos sem identidade em temas.



Fonte: Autora da pesquisa - Tracunhaem/PE

Figura 53: Produtos sem identidade de características.



Fonte: Autora da pesquisa - Alto do Moura / PE

Identidade visual não é uma estratégia explorada com frequência nos grupos artesanais, não apresentado sua autoria e/ou contexto por compostos gráficos. A simbologia gráfica indica a procedência (de região e de autor), caráter, valores entre outras informações, do artesanato ou grupo de artesão.

Promoção

As comunidades artesanais pouco trabalham com sistema de promoção e divulgação. A participação em feiras (como a FENARTE) e exposições (como em centros culturais) são as poucas oportunidades exploradas pelos grupos produtivos. Compostos promocionais e informacionais são negligenciados e pouco empregados.

Gestão

Os problemas apresentados demonstram a grande problemática do artesanato na gestão. Déficits no planejamento, organização, direcionamento, coordenação e controle de decisões e ações têm resultados desfavoráveis nos produtos, produção, estrutura, comercialização, identidade e promoção.

E em face à caracterização apresentada e à problemática do artesanato, essa pesquisa compreende a exigência de algumas qualificações e a demanda de múltiplas necessidades para sua existência, concretização e desenvolvimento. Ambas são discutidas com base em seus produtos, ações, estruturas e decisões envolvidas na atividade artesanal.

5 Necessidades e exigências

O artesanato ao ser (e para continuar sendo) um patrimônio material deve desenvolver produtos com representação cultural e social expressas em informações históricas, etnográficas e/ou artísticas. E se caracterizando também como patrimônio imaterial, sua produção (agentes, metodologias, processo e técnicas) e estrutura (ambientes, mobiliários e ferramentas) também devem derivar e refletir um legado cultural. Deste modo, seus artefatos e tecnologia⁹ devem ter identidade e autoria.

As atividades artesanais, sendo nomeada uma cultural popular, pertencem oficialmente a um grupo não dominante. Esse conceito, contudo, deve ser trabalhado como uma manifestação sociocultural compartilhada por muitos indivíduos, sem a titulação de subordinação e dominação. Assim sendo, seus produtos, estruturas, ações e decisões necessitam ser expressões desse compartilhamento.

⁹ enquanto conceito amplo: correspondendo ao encontro e ao relacionamento entre conhecimentos tácitos e científicos, capacidades técnicas e cognitivas; materiais, infraestrutura (instalações, equipamentos e ferramentas), processo, e artefatos para a realização de ações, para a resolução de problemas, para a produção de peças.

Essas qualificações definem o artesanato como um sistema de comunicação e como um sistema de formação. Seus produtos e processos se comunicam com as pessoas, expressam o contexto sociocultural e a personalidade dos artesãos. Ambos são resultados de experiências comunitárias e de competências desenvolvidas de forma coletiva. Seus processos são saberes e conhecimentos compartilhados. Assim, seus produtos devem apresentar informações e conversar com os indivíduos. E a socialização, principalmente na produção, é, e deve continuar sendo, um importante componente sistemático e cultural.

Ao se integrar ao campo do desenvolvimento local, o artesanato estabelece o protagonismo e o trabalho efetivo dos próprios artesãos e grupos artesanais como fundamento e necessidade para a construção dos projetos, seu desenvolvimento e principalmente consolidação dos conhecimentos, decisões e ações. Para isso, autonomia, liberdade e flexibilidade são características importantes para as ações, os projetos, os programas e também para os atores envolvidos (artesãos e parceiros).

O artesanato, sendo uma atividade produtiva direcionada para um contexto de mercado, trabalha com a construção de artefatos para serem comercializados. Esse processo necessita envolver ações e decisões que proporcionem produtividade mas também sustentabilidade para evitar perdas, defeitos e descaracterização dos produtos. Igualmente devem refletir as necessidades, expectativas e desejos do mercado para promover sua necessidade, divulgação e valorização.

Essas qualificações indicam e devem definir a identidade constitutiva dos artefatos (temas, matérias-primas, formas, cores, entre outras características), apresentando sua origem geográfica, contextual, produtora-artesão. Deste modo, orientam a construção de sua identidade corporativa (identidade visual, aplicações e ambientações), a definição de seu mercado, o estabelecimento do sistema de comercialização, a concepção das estratégias promocionais.

A partir da problematização do artesanato em consonância com seu conceito, algumas necessidades e exigências são percebidas nas e para as atividades artesanais. Elas são discutidas com base nos 07 eixos já trabalhados (produtos, produção, estrutura, comercialização, identidade, promoção e gestão).

Produto

Como qualquer produto, as peças artesanais devem ter qualidade: características adequadas a sua função e acabamento bem desenvolvido. O caráter manual do artesanato não impossibilita essa qualificação, apenas proporciona efeitos específicos.

Como indicam a essência e o próprio conceito de artesanato, as propriedades dos seus artefatos necessitam refletir os contextos socioculturais de sua produção e de seu produtor. Suas características físicas e visuais (forma, cor, textura, imagens, entre outras) e conceituais (tema, estilo, mensagem) devem localizar, temporalizar e/ou apresentar o artesão.

A matéria-prima é componente estruturador e comunicador para o artesanato. Suas propriedades devem ser apropriadas a funcionalidade do produto, permitir a execução eficaz das técnicas e processos, ser sustentáveis e ter expressão sociocultural.

Identidade

Identidade é um predicado indispensável ao artesanato. Ela se constitui tanto na consolidação do estilo e caráter dos artefatos com nos materiais gráficos (como logomarca, sinalização, embalagem) e ambientes. A autoria, pessoalidade, localização e contextualização sociocultural são seus diferenciadores.

Como já observado, a identidade é construída através de simbologias identificadoras do contexto do artesanato. Estas podem ser expressas por meio de elementos gráficos e elementos conceituais.

Produção

A dominância da atuação direta e manual dos artesãos na produção dos artefatos é uma exigência para as atividades artesanais. Ela se legitima pois não só conceitua o artesanato em si como é demanda de suas técnica e proporciona as propriedades particularidades dos artefatos artesanais.

Enquanto processo, o artesanato envolve procedimentos, ações e técnicas específicos responsáveis pela construção dos atributos característicos e diferente de cada peça e reflexos do contexto sociocultural e da experiência produtiva dos artesãos. Compõem, portanto, a natureza e a substância de cada atividade artesanal.

Conseqüentemente, a preservação dos processos, metodologias e técnicas já desenvolvidos em cada grupo de artesanato é importante para sua contextualização simbólica e produtiva. Contudo, a reestruturação ou adaptação deles para maior produtividade e adequação a atividade pode os tornar mais eficaz.

A socialização é igualmente uma característica cultural das atividades artesanais reflexo do seu caráter coletivo e popular. A experimentação compartilhada e o trabalho socializado cria identidade, consolida e promove.

Estrutura

Ambiente

Embora espaços produtivos específicos para cada atividade possam ser mais eficazes ao direcionar e controlar as ações, o contexto do artesanato não os exige. A socialização entre artesãos e comunidade e a *informalização* dos ambientes de trabalho são culturais e importantes para as atividades artesanais.

Mobiliário

Mesmo tendo como ideal para todas as produções artesanais postos de trabalhos específicos e individualizados para cada artesão e atividade, a maioria dos contextos reais (seja financeiro, social ou cultural) não o permite. Independente do tipo de artesanato mobiliários flexíveis, adaptáveis (tanto ao espaço disponível quanto ao agente de trabalho) e com mobilidade seriam o apropriado e desejado. Assim, o desenvolvimento de postos simples com adaptação e uso doméstico é a estratégia mais objetiva.

Ferramentas

As ferramentas também compõem a essência de cada técnica específica, pois desenvolvem suas características particulares, permitem a execução das técnicas e representam as ações próprias. Portanto, sua substituição pode descaracterizar a atividade artesanal ou mudá-la em seu perfil. Contudo, pequenas adaptações nas ferramentas para maior conforto e segurança dos artesãos podem ajudar.

Comercialização

O caráter e as propriedades do artesanato demandam um sistema participativo e colaborativo de transação comercial. O envolvimento dos artesãos no processo de negociação personaliza, contextualiza e valoriza a atividade.

A ambientação contextualizada e uma estrutura de exposição fortemente promotora contribuem com a venda, divulgação e identidade dos produtos, grupos produtivos e atividades artesanais.

Também a acomodação dos artefatos às necessidades, desejos e capacidades de consumo do mercado é fundamental, pois sem interesse não há consumo, sem este não há demanda de produção. Contudo, esta adequação não significa mudanças profundas mas reestruturação, realocação. Essa dialética entre preservação de características e conformação de mercado é uma discussão permanente e inevitável.

Promoção

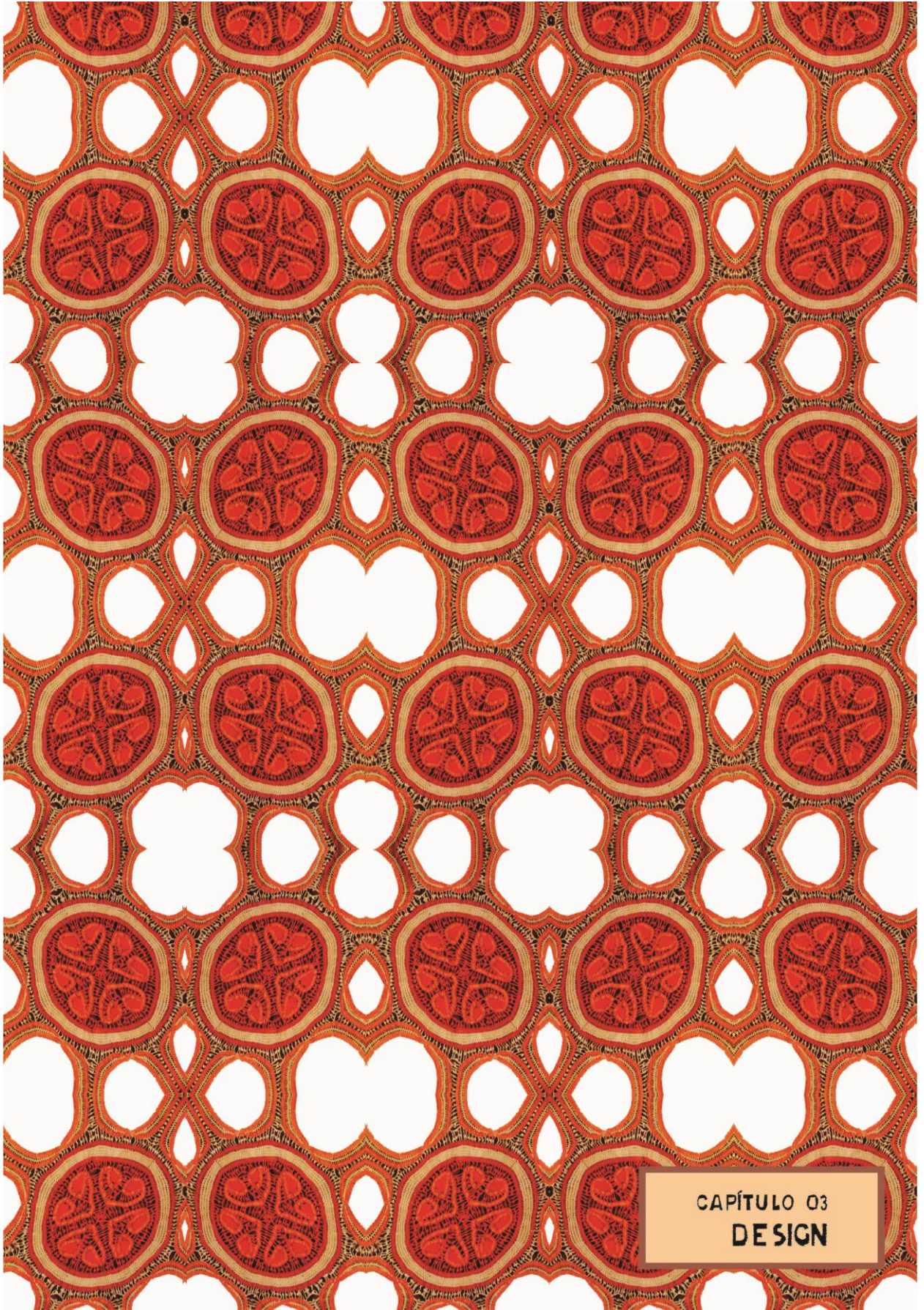
O artesanato precisa ser apresentado e promovido para sua maior divulgação e estímulo do seu consumo. Esta promoção deve explorar seu próprio conceito e suas características significativas (como por exemplo, a expressividade cultural e a autoria), alcançando não apenas seus produtos mas a própria atividade (estrutura, agente de trabalho, processos e técnicas).

Estratégias de comunicação, por tanto, são necessidades importantes. Compostos promocionais (como panfletos e folders) podem contar a história, informar sobre o artefato e seu artesão. A participação em feiras e outros eventos também difunde e revela o artesanato.

Gestão

Consistindo-se de uma atividade produtiva e envolvendo tantas ações, decisões estruturas e materiais, o artesanato exige um sistema de gestão que os oriente, planeje, coordene, controle e avalie.

Enfim, diante desse diagnóstico geral (necessidades e problemas) e compreendendo o artesanato como um processo comunicativo, essa pesquisa indica o design como uma área de conhecimento estratégica para trabalhar e contribuir com as atividades artesanais. Suas habilitações, qualificações, fundamentos e elementos básicos podem desenvolver projetos e ações para resolver os problemas e suprir as necessidades das atividades artesanais. mas principalmente podem orientar e instrumentalizar o artesanato enquanto produto e processo.



CAPÍTULO 03
DESIGN

1 Conceituação

Independente do uso indiscriminado da palavra no mercado, múltiplos conceitos de design já foram desenvolvidos. A palavra design vem sendo empregada em dois âmbitos principais, representando um processo (conjunto de ações, como o processo criativo) como também o resultado dessas ações (uma forma, um plano, uma qualificação).

Segundo Lobach (2001) o designer define sua área como a conciliação entre os interesses empresariais, o contexto técnico e as necessidades do usuário diante das relações do homem com seu ambiente. "Corresponde à concretização de uma ideia em forma de projeto ou modelo, mediante a construção e configuração" (LOBACH, 2011, p.16). Como afirma Mozota (2011, p.18), "o design, portanto, é um processo de criação e de tomada de decisão", não sendo substituto de outras ações mas parceiros de outras áreas. E para o International Council of Societies of Industrial Design, o design é:

[...] uma atividade criativa cuja finalidade é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas em ciclos de vida. Portanto, Design é o fator central da humanização inovadora de tecnologias e o fator crucial de intercâmbio cultural e econômico. (ICSID, 2012).

Embora com particularidades e enfoques diferentes, a essência do design já é percebida nestes conceitos. Sua natureza, características básicas, ações, métodos e resultados são apresentados.

Suas ações demandam habilidades intelectuais e capacidade criativa. Processos mentais e atividades racionais de identificação, organização e associação de informações são fundamentais para a atuação do design. A criatividade, como propõe essa pesquisa, corresponde no estabelecimento de novas relações entre informações e problemas através da observação destes em diferentes perspectivas e pontos de vista.

Exige conhecimentos técnicos e artísticos. A classificação do design enquanto ciência ou arte é uma discussão dispensável mas constante. Como cita Mozota (2011, p.17) "as técnicas de design combinam o caráter lógico da abordagem científica e as dimensões intuitivas e artísticas do trabalho criativo."

Interdisciplinaridade, tanto de atuação como de conhecimento, é uma propriedade intrínseca do design. Este estrutura suas decisões e ações com base em campos de conhecimento diversos (como semiótica, cognição e gestão). E conseqüentemente, suas ações são aplicáveis em múltiplas áreas.

O design é uma atividade essencialmente processual, devendo ser compreendida como um sistema, de forma integral e em rede. Este processo é caracteristicamente experimental, envolvendo ações analíticas, de criação e de gestão.

Segue um processo lógico de ação, com metodologia de trabalho sistemática, sequencial, coordenada, cooperativa e flexível. Como fases fundamentais se destacam a fase conceitual (definição da ideia), fase analítica (avaliação das possibilidades) e a fase projetual (concretização da ideia final, sua representação e especificações).

Ele tem como produto de suas ações geralmente um projeto, um plano de ações com suas especificações. Eles são desenvolvidos essencialmente visando o usuário para a satisfação de suas necessidades, desejos e/ou expectativas.

Para isso, preocupa-se e trabalha com, em mesmo nível de importância, a funcionalidade, a estética e a simbologia em seus projetos. Compreende os significados expressos e recebidos tão importante quanto a composição visual e a usabilidade.

Todas essas características o possibilitam trabalhar em múltiplas áreas (comunicação, interiores, entre outros), com diferentes objetos de estudo (produtos, serviços e sistemas) e com ações variadas (conceituação, criação, capacitação, gerenciamento, entre outras). Nesse cenário, essa pesquisa caracteriza a atuação do design em oito áreas importantes para este trabalho: (1) design gráfico; (2) design digital; (3) design de produto; (4) design de moda; (5) design de ambiente; (6) gestão de design; (7) design da informação; (8) design instrucional.

Artefatos bidimensionais com suporte material (tangível) são trabalhados pelo design gráfico. A linguagem visual gráfica é sua principal ferramenta com a preocupação com a adequação aos leitores do conteúdo e dos modos de representação e configuração da mensagem. O design de embalagem, o design de superfície e design de sinalização são campos do design gráfico.

Os sistemas e artefatos digitais são produtos do design digital. Este integra a linguagem visual e os sistemas de programação.

O design de produto constrói e/ou reestrutura artefatos móveis tridimensionais e seus sistemas. Destaca-se seu trabalho com as características estruturais (armação - sistema de esqueleto) com preocupações com sustentação, fixação, resistência, mobilidade, entre tantas. Os componentes visuais são também seus elementos de ação. Design de sinalização e design de embalagem compõem essa área.

Todos os artefatos direcionados à moda são produtos de ação do design de moda. Vestuário e acessórios são seus mais constantes objetos de trabalho e estudo.

A organização e estruturação de espaços físicos constituem ações do design de ambientes. Ele opera em colaboração com o design gráfico, design de produto e design de moda.

A gestão do design envolve decisões e ações gerenciais, como planejamento, coordenação, acompanhamento, avaliação, entre outras. Para tanto, orienta e trabalha com as outras áreas de atuação do design.

Outros domínios do design também podem ser especificados e significativos para o artesanato. O design da informação e o design instrucional são campos do design focados na funcionalidade. E o design social se constitui através de sua preocupação, influência e efeitos.

Como define a Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI), o design da informação busca a otimização da aquisição de informações concretizada por sistemas e interfaces de comunicação analógica e digital através do seu planejamento e construção. O design instrucional se estabelece como um sistema de ensino-aprendizagem para a capacitação e o desenvolvimento de competências.

E o design social se dedica ao desenvolvimento humano, motivado e preocupado com as consequências sociais das ações e resultados do design. Esse conceito expressa o trabalho cooperativo do design com o artesanato.

Todas essas áreas baseiam suas decisões, planejamentos e ações em alguns fundamentos bases e as desenvolvem por meios de seus elementos básicos. Ambos constituem a cultura do design.

2 Gestão do Conhecimento

A gestão do conhecimento é uma abordagem balizada no conhecimento (sua geração, compartilhamento e aplicação) como resultado, objetivo, função e ferramenta da organização. Segundo Takeuchi e Nonaka (2008, p.41), "o novo conhecimento não é uma atividade especializada [...] é uma forma de ser, na qual todos são trabalhadores do conhecimento".

O conhecimento compreende a informação interpretada; com significado adquirido e aplicação percebida e utilizada. Ele se constitui diante da realidade percebida (contexto legítimo com fenômenos realmente sucedidos) e da realidade desejada (contexto idealizado com informações projetadas e predefinidas).

Essa pesquisa, concordando com Takeuchi e Nonaka (2008), identifica dois grupos de conhecimentos: conhecimento explícito e conhecimento tácito. Eles, se integram de forma contínua, dinâmica e simultânea na rede de conhecimentos.

O conhecimento explícito é o conhecimento formalizado, com expressão, representação e/ou codificação. Portanto, está institucionalizado ou oficializado, sendo facilmente transmissível em linguagem formal e sistemática.

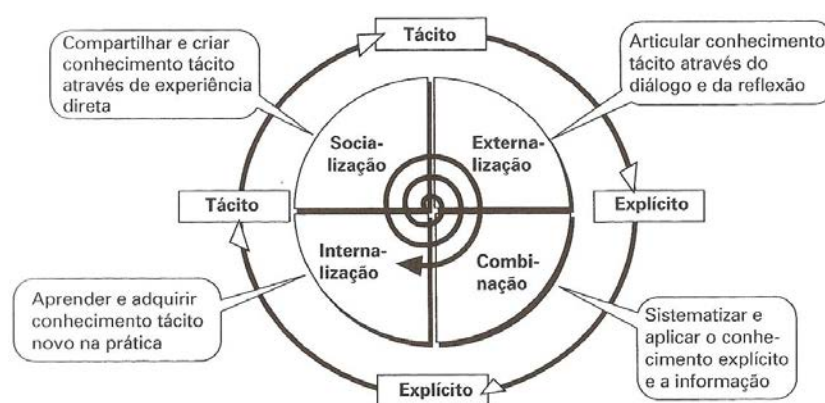
O conhecimento tácito é um conhecimento imaterializado e informal (enquanto não protocolado). Qualifica-se pelo caráter pessoal e pela dificuldade de articulação dos seus fundamentos (não há a conscientização objetiva dos princípios e elementos envolvidos). Conforme Takeuchi e Nonaka (2008, p.19), possui duas dimensões: técnica e cognitiva. A perspectiva técnica representa as habilidades informais construídas pela experiência e prática dos conhecimentos e ações (também intitulado como *know-how*). O enfoque cognitivo se constitui nas crenças, ideais, valores, emoções e modelos mentais orientadores e balizadores das percepções, interpretações e significados dos indivíduos.

Ambos os conhecimentos são participantes ativos do artesanato e do design e podem se fundir para o trabalho compartilhado entre eles. As atividades artesanais estão estruturadas em conhecimentos tácitos, resultantes de suas experiências práticas. E o design se fundamenta em conhecimentos explícitos.

O conhecimento é concebido, ampliado, compartilhado e aplicado por meio da interação social. Essa interação se comporta de forma espiral, do indivíduo para o grupo e depois para a organização. Está relacionado a processos conectados a ações, atitudes e intenções específicas.

Quatros processos de conversão são identificados: (1) socialização; (2) externalização; (3) combinação; e (4) internalização. A construção e ampliação do conhecimentos se inicia com a socialização, com sua ampliação se desenvolvendo com esses processos de conversões. A figura 54 representa o modelo SECI, uma esquematização desse processo de conversão de conhecimento.

Figura 54: Modelo SECI.



Fonte: Takeuchi e Nonaka, 2008, p. 24.

A socialização se qualifica pelo compartilhamento e criação de conhecimentos tácitos pela experiência direta. O intercâmbio de experiências, de informações, de

referências mentais são desenvolvidos. É um processo totalmente integrado a cultura do artesanato, sendo uma exigência social, uma necessidade produtiva e uma identidade.

A transformação do conhecimento tácito para conhecimento explícito ocorre com a externalização através do diálogo e da reflexão. Todo o conhecimento é organizado e apresentado simbolicamente em conceitos, modelos, imagens, entre outros conteúdos e formas de representação. Essa sistematização é importante também para a conjunção e convergência das informações entre artesanato e design e para a concretização e solidificação dos conhecimentos.

Na combinação os conhecimento explícitos são estruturados e aplicados em um sistema de conhecimento. Este se torna ferramenta para a reconfiguração ou construção de novos conhecimentos a partir de processos de classificação e associação de informações. Essa conversão é característica da educação formal e atua principalmente em redes de informação. Os programas de intervenção de design buscam a construção dessa rede de conhecimento para integrar os conhecimentos do design e do artesanato e registrá-los para referências.

A internalização transforma conhecimento explícito em conhecimento tácito, compreendendo e gerando novos conhecimentos na prática. Constitui a incorporação e consolidação do conhecimento para o artesanato, pois os artesãos receberam as informações, interpretaram, significaram e aplicaram o conhecimento adquirido.

A Teoria da Criação do Conhecimento Organizacional, desenvolvida por Nonaka e Takeuchi (2008) apresenta cinco fases básicas para a construção do conhecimento: (1) compartilhamento do conhecimento tácito; (2) criação de conceitos; (3) justificação dos conceitos; (4) construção de um arquétipo e (5) difusão interativa do conhecimento. Esse processo se instaura com a socialização dos saberes tácitos, com os conhecimentos pessoais e empíricos sendo ampliados. Em seguida, esses conhecimentos tácitos são estruturados, organizados e expressos em conceitos formalizados (processo de exteriorização). Esses conceitos são, então, avaliados e defendidos com a apresentação de sua aplicabilidade e identificado sua relevância. Sendo considerado adequado e decidido sua continuidade, essas ideias são concretizadas em modelos. Por fim, esses conhecimentos são compartilhados em nível amplo (organização, mercado e sociedade).

Diante dessa perspectiva, essa pesquisa interpreta a gestão do design como um sistema de gestão do conhecimento. Ela se caracteriza por uma abordagem gerencial diante de um modelo de administração horizontal e flexível. E, principalmente, busca o compartilhamento e a integração dos conhecimentos do design em toda a organização, não como "um processo de dar forma visível a um determinado negócio ou estratégia de

marketing, mas de contribuir para a mudança do comportamento e da visão corporativa" (MOZOTA; KLOPSCH; COSTA, 2011, p.91).

As características do design encontram na gestão equivalência de ação. Segundo Chiavenato (1994):

Administrar é o ato de interpretar os objetivos propostos pela empresa e transformá-los em ação empresarial por meio de planejamento, organização, direção e controle de todos os esforços realizados em todas as áreas e em todos os níveis da empresa, a fim de atingir tais objetivos" (CHIAVENATO, 1994, p.25).

E como afirmam Mozota, Klopsch e Costa (2011, p.17) "o campo do design tem afinidade com a gestão porque é uma atividade de resolução de problemas que segue um processo sistemático, lógico e ordenado." Ao compartilhar conceitos, interesses e ações, o design e a gestão permitem a construção de uma interface.

2.1 Gestão de Design

Gestão de design corresponde à inserção da cultura do design em toda a organização como estratégia para o alcance dos seus objetivos e a concretização de sua missão e visão. Por conseguinte, abrange a implantação formal de uma política e a implementação e coordenação de ações de design para a resolução de problemas gerenciais. A cultura é constituída neste contexto como o conjunto de valores, crenças, símbolos, ações, elementos, fundamentos, entre outras manifestações materiais e imateriais que expressam o modo de ser, orientam o modo de agir e dão significado às experiências e informações. Como política, concordando com Martins e Merino (2011), compreende as posições ideológicas¹⁰ da organização para regulamentar e orientar ações, comportamentos e relações humanas.

Esse processo de gestão envolve a construção de um sistema, uma estrutura de gerenciamento e desenvolvimento contínuo de políticas, processos/ações, comunicação, entre outros. Esse modelo gerencial integra o design à estratégia da organização e ao ambiente corporativo com ações de planejamento, organização, direcionamento, coordenação e controle.

Em acordo com Avendaño (2012, p.3)¹¹ a gestão de design "se desenvolve num contexto formado por três tramas sobrepostas", ou três subsistemas que se influenciam mutuamente: (a) empresa, (b) mercado e (c) sociedade. O contexto interno da atividade produtiva envolve todas as características da organização, seus projetos e filosofia. O

¹⁰ conjunto de ideias, de pensamentos, de doutrinas, de interpretação de mundo.

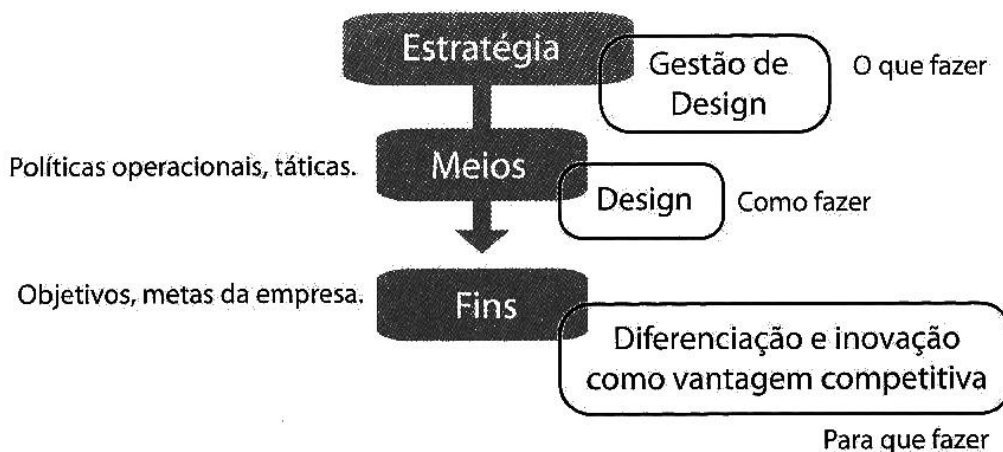
¹¹ www.belasartes.br/revistabelasartes/downloads/artigos/pdf em 03/07 às 8h

mercado é o foco das ações da organização, o ambiente onde as soluções são apresentadas e consumidas. E a sociedade sugestiona a empresa e o mercado apresentando necessidades, desejos e valores.

Na conjuntura da organização, a gestão de design compreende três níveis de ação ou tomada de decisão: (1) nível operacional, (2) nível tático e (3) nível estratégico. No cenário operacional, o design trabalha com ações direcionadas (gestão de projetos) para a eficácia de processos e recursos. No contexto tático, gere processos de comunicação e produção na organização como um todo. Em nível estratégico, integra a cultura e a identidade da organização, participando da estruturação do negócio e desenvolvendo a vantagem competitiva da organização. O nível estratégico participa de todo o sistema da atividade produtiva; o tático trabalha sobre a demanda no planejamento e desenvolvimento do projeto e na apresentação do produto ao mercado com a mobilização e distribuição de recursos; e o operacional age na execução dos projetos de design em si.

Como aponta Freitas e Merino (2011), a gestão do design é uma solução estratégica (representando 'o que fazer') com as ações, competências e habilitações do design se constituindo como os meios (representando 'como fazer') para o alcance dos objetivos e metas (representando 'para que fazer') da organização. A Figura 55 esquematiza esse conceito.

Figura 55: Exemplo de aplicação do modelo.



Fonte: Freitas e Merino, 2011, p.196.

Enfim, como aponta MOZOTA (2011, p.94), "a gestão do design é uma gestão de ativo que agrega valor bem como uma gestão de atitudes que apoia a revisão dos modelos mentais da empresa." Esse sistema de gestão gerencia (planeja, organiza, monitora e avalia) recursos (humanos e materiais) e processos (projetos e atividades); identifica e supri necessidades; orienta, indica e desenvolve ações e soluções; constrói a

comunicação total (rede de informações interdisciplinar). Também envolve a construção de métodos e processos de incorporação e integração do design em todo o contexto corporativo. E contribui para a estruturação da política da organização, para a definição de suas metas e para a estruturação do modelo de negócio.

2.1.1 Alguns modelos de Gestão de Design

Rede de fornecimento de experiências

Compreendendo a significação dos artefatos como reflexo das sensações e reações proporcionadas por eles, esse sistema de gestão aponta o design com a estratégia para a construção de experiências motivadoras. Brunner e Emery (2010, p.27) constitui o design como ponto de interação material ("que você toca, usa, come, assiste, escuta ou dirige") e também ponto catalisador de emoções.

A gestão de design necessita de: foco, longo prazo, autenticidade, vigilância, originalidade e repetição. Estes atuam em sincronia e integrados.

Todas as ações da organização e de seus integrantes devem focar nas experiências dos clientes e atendimento de suas necessidades e expectativas. A preocupação com as reações a essa experiência, esperadas (projetadas) ou novas, é um importante instrumento de conhecimento para alinhar ações.

A implantação da cultura do design deve e acontece em longo prazo da mesma forma que o foco. A "gratificação instantânea"¹² não é evidência conclusiva da concretização de uma cultura de design.

A autenticidade significa consistência de comportamento corporativo para com clientes externos e internos diante da experiência pretendida. Todos sentem a experiência e se comprometem com ela.

A vigilância constante é uma exigência para o alinhamento das estratégias da organização e a reestruturação das experiências pretendidas. Esta vigilância acontece em níveis externo (como concorrentes e consumidores) e interno (como colaboradores). A observação do momento atual e a discussão das possibilidades futuras (prospecção, tendências, prognóstico e previsão) também são demandadas.

A originalidade significa mais do que ser diferente ou não convencional, envolve a construção de novas experiências. Busca a descoberta de oportunidades através do conhecimento dos clientes para o desenvolvimento de novas ideias, não necessariamente inovadoras. O risco faz parte desta atitude ou característica pois a cultura do design permite experimentar.

¹² termo empregado por Brunner e Emery (2010, p.169)

E ser replicável no âmbito da cultura do design significa conseguir construir os resultados eficientes de forma diferente e em contextos diferentes. A capacidade de reinventar é necessidade contínua.

Enfim, como afirma Brunner e Emery (2010, p.32), a concretização da valorização da organização e de seus produtos acontece quando ambos os clientes estão emocionalmente interessados na continuidade do seu sucesso. Algumas ideias são importantes para essa consolidação:

1. O design constrói relacionamentos e cria valores;
2. A proposta deve ser autêntica mas representativa ("seja quem você é, e seja o melhor" - BRUNNER E EMERY, 2010, p.191);
3. "Design é um processo, não um evento;" (IDEM, 2010, p.192);
4. O design deve ser incorporado por toda a organização, ser de responsabilidade de todos.

Modelo de convergência de design e gestão

Um modelo de gestão de design se caracteriza por um sistema horizontal e flexível, com estímulo à experimentação, iniciativa individual e independência. Seu processo de tomada de decisão é orientado pela dimensão humana e valores básicos.

Esse sistema deve ser construído por meio de duas perspectivas para a integração dos paradigmas e conceitos de design e da gestão: (1) administrativa (reação) e (2) estratégica (ações). O design reage com os fundamentos da gestão e esta age com os conhecimentos do design.

O enfoque administrativo envolve a articulação do design com os conceitos da área de gestão. Neste contexto, segundo Mozota (2011, p.99), uma abordagem de gestão de design é compreendida como:

- um processo puramente lógico (teoria científica);
- um meio de estímulo de comportamentos com foco em relacionamentos, cooperação e condutas interpessoais em grupo (teoria comportamental);
- uma atividade de tomada de decisão (teoria de decisão);
- um sistema de organização com interações abertas entre ambientes e todos os subsistemas (teoria sistêmica);
- um processo dependente do contexto (teoria situacional);

- um sistema de ações administrativas de planejamento, organização, comando, controle (teoria operacional).

Na perspectiva estratégica, o design é concebido como um novo paradigma, um novo modelo/sistema base de orientação de ações e de ideias. Os fundamentos de gestão são ampliados com os conhecimentos do design, trabalhando com seus métodos, elementos e visão da realidade. O sistema de gestão se baseia em 'signo' e 'forma', qualitativamente relacional e interpretativo.

A aplicação desse modelo pode ser observada na abordagem da qualidade total. A conscientização da responsabilidade de cada ator individualmente e em conjunto para a realização da meta base da organização (qualidade total - produção de produtos/serviços percebidos com superiores) é seu fundamento. Suas bases focais e estruturais se constituem na prevenção, informação compartilhada, gestão em rede e equipes interdisciplinares. Suas ações são direcionadas em igual importância para clientes e funcionários (também considerados clientes). Essa qualificação exige a contínua avaliação das ações, erros e defeitos e a análise dos resultados e da comunicação. "A qualidade depende da disposição para melhorar continuamente os produtos e a própria empresa." (MOZOTA, 2011, p.102)

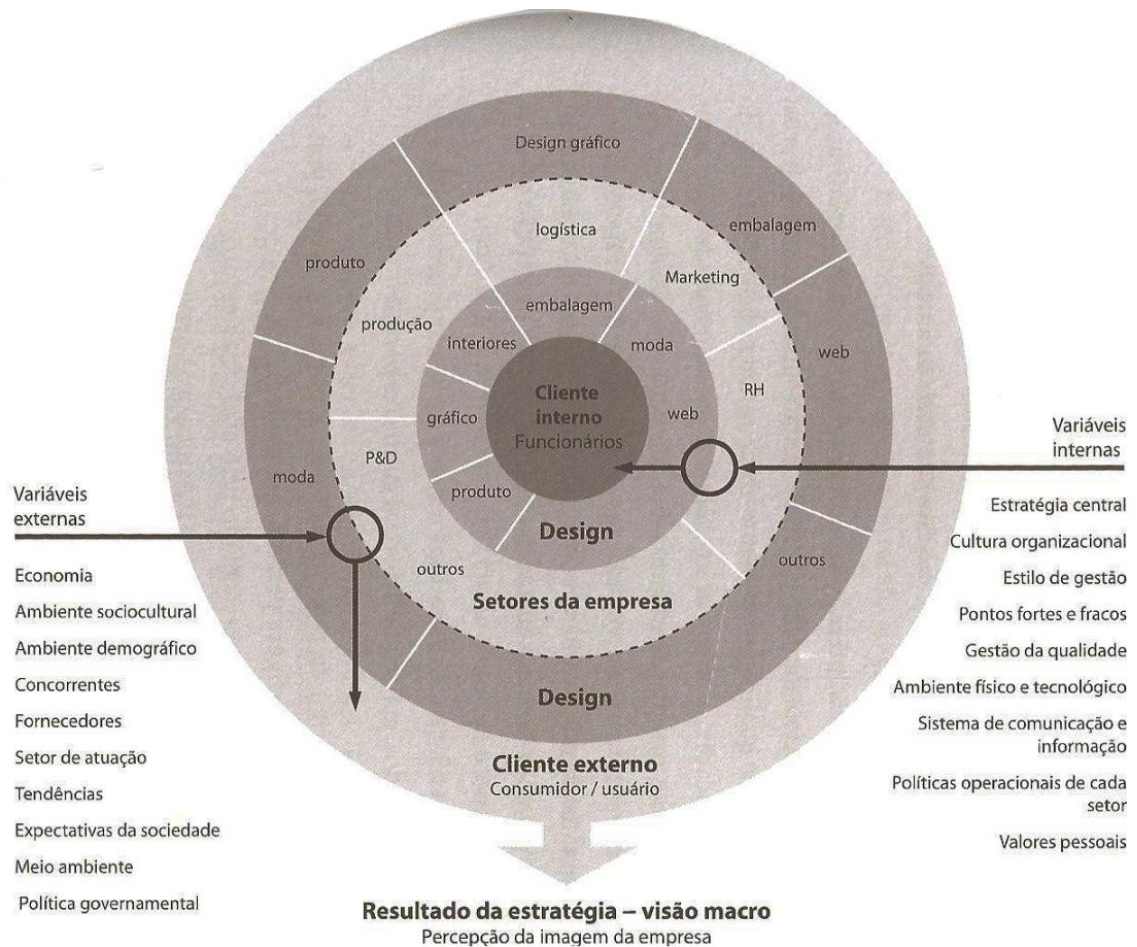
A implantação da gestão do design deve ocorrer de forma responsável, deliberada e gradativa. A cultura do design requer ser aplicada e gerenciada em todos os níveis da organização com responsáveis pela tomada de decisões em design. E sua integração necessita ser construída de forma progressiva, iniciando-se em projetos específicos depois trabalhando em todas as áreas.

Disco Integrador da Gestão de Design

Idealizado por Freitas e Merino (2011), o modelo de gestão de design em organizações, intitulado 'Disco Integrador da Gestão de Design nas Unidades de Negócios', é uma proposta teórica para tornar o design uma 'tecnoestrutura' ou cultura organizacional estratégica de empresas. Caracteriza-se por flexibilidade e generalidade, apresentando formas de implantação da atuação do design nos diversos setores da organização. Sua estruturação se baseou principalmente na 'Roda da Estratégia Competitiva' de Porter (1986) e na 'Formulação e implementação da Estratégia' de Mintzberg e et al (2001).

Essa abordagem relacionou todas as habilitações do design com as unidades de negócio das organizações, os agentes envolvidos e as metas definidas por meio de uma estrutura com conglomerado de círculos. A Figura 56 apresenta sua esquematização.

Figura 56: Disco Integrador da Gestão de Design nas Unidades de Negócios.



Fonte: Freitas e Merino, 2011, p.32.

Estabelece como estratégia de ação "a diferenciação ou inovação pelo design", pois, como afirma Freitas e Merino (2011, p.197), "uma organização distingui-se em um mercado competitivo ao diferenciar suas ofertas de alguma forma." Ela busca e trabalha para a meta ampla ou objetivo base: a qualidade percebida ou percepção da imagem da empresa por seus clientes internos (funcionários, representantes, distribuidores e consultores) e externos (consumidor, franquia, ponto de venda). O resultado da estratégia é posicionado na parte externa da estrutura pois todas as variáveis atuam para ela.

O cliente interno (os funcionários da organização) é o centro estrutural do sistema com as unidades organizacionais e as áreas do design direcionadas a ele. Sendo responsável pelo "fazer", quando bem motivado e liderado, influencia a eficácia das atividades da organização. Ele, ao incorporar a imagem da empresa auxilia na sua transmissão frente ao cliente externo.

O cliente externo (usuário ou consumidor) envolve toda a estrutura do modelo de gestão ao representar o destino dos resultados das ações. Também os setores da

empresa e as ações de design são dirigidos ao cliente externo (último estágio do círculo) com a representação dos raios.

Os fatores externos à empresa (por exemplo, econômico, ambiental sociocultural, da concorrência) influenciam as ações de design dirigidas ao cliente externo. Elas são consideradas variáveis independentes, sendo incontroláveis pois sua ocorrência precede ou é autônoma à intervenção. Contudo, a permanência de ações de design com resultados positivos "poderá forçar reações da concorrência" (Freitas e Merino, 2011, p.201).

Os fatores internos (como cultura organizacional, ambiente físico, política, entre outros) compõem as variáveis dependentes, sendo influenciados pelas variáveis independentes. Eles são ativos para o design direcionados para os clientes internos.

As ligações entre a organização e seus clientes externo e interno acontecem por meio do design (com duas áreas de atuação). Sendo o elemento integrador, o design se torna o orientador comportamental da organização. Essa integração corresponde ao processo de implantação do sistema de gestão do design, representando as variáveis intervenientes e moderadoras.

As linhas (ou raios) correspondem às táticas e políticas operacionais desenvolvidas pelo design com as diversas áreas da organização. Eles se propagam em direção a ambos os clientes.

Quando o disco gira, estabelece a integração entre os campos do design entre si e com as áreas da organização. As variáveis internas e externas quando incorrem sobre a ação do design, direcionadas aos clientes internos e externos respectivamente, também movimentam o disco.

Esse modelo de gestão apresenta as estratégias secundárias resultantes da interação do design (por meio de ações operacionais) com as unidades de negócios da organização. Como afirmam Freitas e Merino (2011, p.199-200), elas "podem causar tanto mudanças de comportamento de todos os clientes internos, que passam a valorizar o design em suas atividades cotidianas, quanto em ações, também estratégicas, voltadas ao consumidor final."

Para a aplicação desse modelo, contudo, Freitas e Merino (2011) apresentam como fundamental o desenvolvimento de algumas ações necessárias:

1. Planejamento dos objetivos (definição dos objetivos);
2. Definição dos problemas a serem resolvidos;

3. Diagnóstico do contexto geral da organização (condições, restrições e necessidades);
4. Planejamento das ações;
5. Seleção das unidades organizacionais necessárias;
6. Identificação das ações dessas unidades e do design para os clientes interno e externo;
7. Avaliação dos resultados.

Aplicação do modelo

A aplicação do modelo foi desenvolvida pelos autores por meio de simulação de um estudo de caso: indústria de roupa esportivas. Para tanto, foram caracterizadas as informações ou desenvolvidas fases descritas em sua abordagem de forma abrangente. Em seguida é trabalhado apenas uma área de atuação (marketing), um grupo de clientes externos (consumidores finais) e internos (representantes comerciais).

Fase 01: Caracterização geral do contexto

Objetivos

Participar do ramo de vestuário de alta tecnologia com a introdução de uma nova linha de produtos e produção (roupas de ginástica para alta performance) e o lançamento dos novos produtos.

Problema

Lançamento no mercado do primeiro produto.

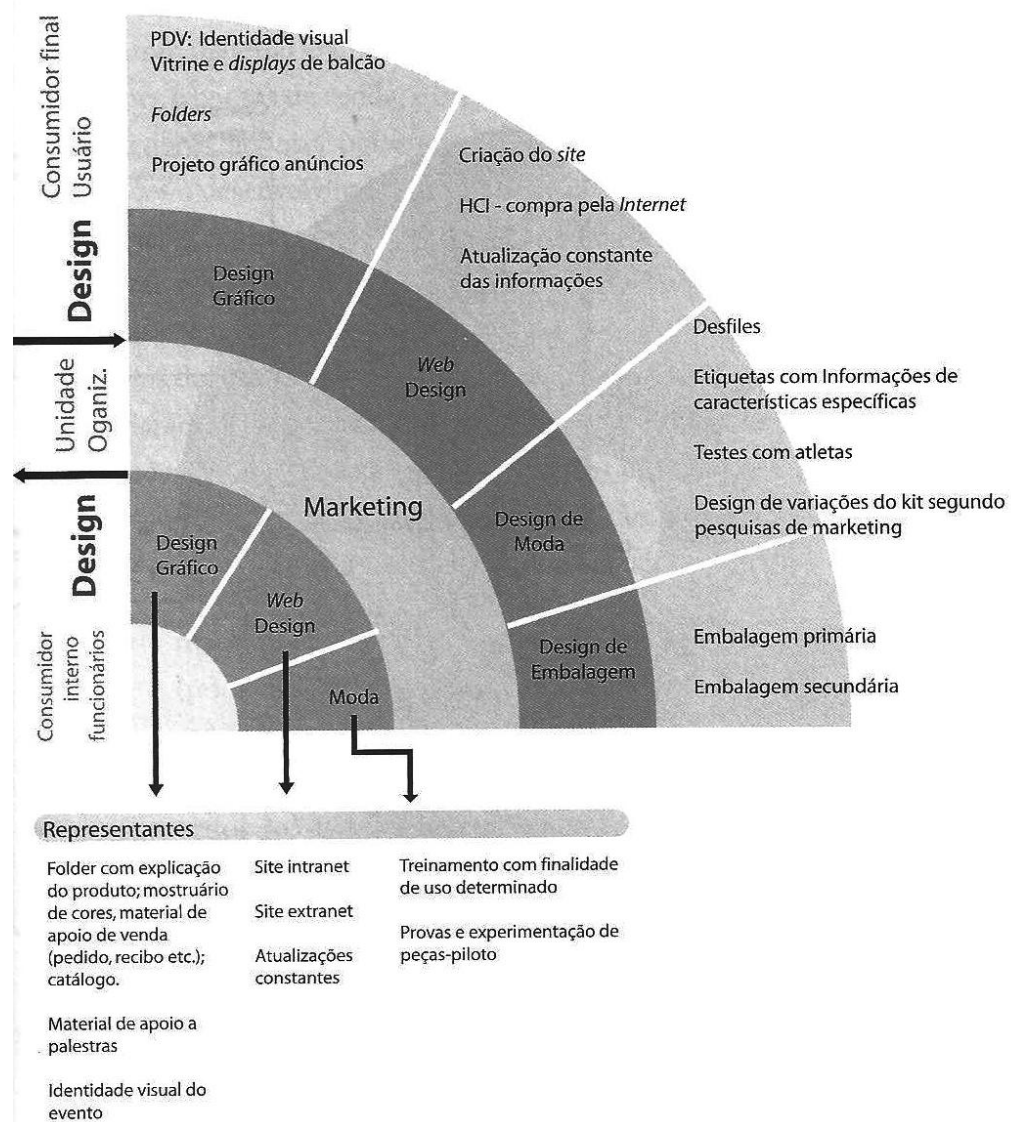
Diagnóstico

- Setor de venda sem experiência com o produto;
- Sem estratégia de comunicação para a apresentação e promoção do produto;
- Público feminino entre 27 a 39 anos, preferência em marcas conhecidas no ramo;
- Consumidores externos: lojas de revenda e consumidores finais;
- Consumidores internos: representantes comerciais e funcionários internos;
- Unidades organizacionais: Marketing, logística, P&D, RH e Financeiro;

Fase 02: Organização no modelo de gestão

A Figura 57 exemplifica uma operação do modelo baseado nos objetivos da organização.

Figura 57: Exemplo de aplicação do modelo.



Fonte: Freitas e Merino, 2011, p.211.

3 Conhecimentos Bases do Design

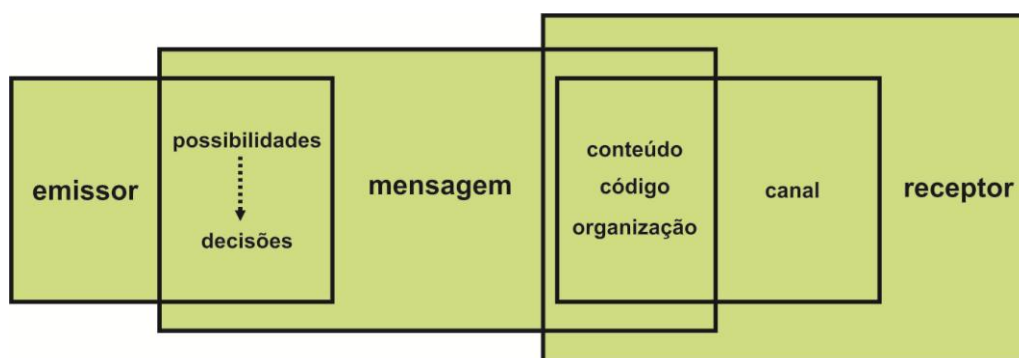
3.1 Fundamentos principais

A construção de artefatos, tanto gráficos (como as identidades visuais e o desenhos de superfícies das peças dos grupos artesanais) como tridimensionais (como os objetos artesanais e suas embalagens), é e envolve um processo comunicativo. Como afirma Burdek (2006) as ações do design não produzem apenas realidades materiais, mas especialmente preenche funções comunicativas. Portanto, devem se fundamentar nos aspectos envolvidos na comunicação.

As decisões adotadas são materializadas e os conceitos envolvidos são expressos nas características estruturais e visuais dos artefatos (como forma, dimensão, cor, resistência, entre tantas), "a linguagem do produto"¹³. Esta comunica informações (ou pelo menos tenta) sobre o próprio produto, seu produtor e também do seu usuário através de linguagem simbólica e em multicamadas¹⁴. Este diálogo ocorre pois a linguagem é um meio de interpretação e de identificação. Segundo Gui Bonsiepe (2011) as funções são distinções linguísticas geradas por um observador. As funções não estão nos produtos e sim na linguagem.

Esta pesquisa estrutura o processo comunicativo em 07 componentes principais: (1) emissor; (2) receptor; (3) mensagem; (4) conteúdo; (5) código; (6) canal de comunicação e (7) modos de comunicação. O emissor (quem constrói) desenvolve a mensagem para o seu receptor (quem recebe e compreende), expressando seu conteúdo (informações a serem transmitida) por meio de códigos (sistema de signos utilizados pelo emissor para construir a mensagem e identificados pelo receptor). A mensagem, segundo Twyman (1979), é recebida pelos canais de comunicação (auditivo, visual, tátil, entre outros) e transmitida pelos modos de comunicação (simbolização e configuração). A Figura 58 esquematiza esse processo.

Figura 58: O Processo Comunicativo.



Fonte: Construção da autora da pesquisa.

Segundo Vanoye (1993, p.16), contudo, "a transmissão bem sucedida de uma mensagem requer não só um canal físico, mas também um contato psicológico". Essa pesquisa acredita na compreensão de mensagens como produto de ações físicas e mentais, resultantes tanto de fatores operacionais como emocionais.

Os artefatos provocam, devido a suas características visuais, reações sensoriais, de acordo com a gestalt de Arnheim (2000), e reações mentais, em acordo com o

¹³ Termo construído por Ellinger - BAXTER, 2000, p. 285

¹⁴ Termo empregado por Ellinger - BAXTER, 2000, p. 285

construtivismo de Gombrich (1995). Estas reações definem no repertório mental, por meio de classificações, referências (as *schematas* de Gombrich) para as informações apresentadas. Essas referências são construídas tanto pela experiência vivida, como afirma o construtivismo de Gombrich (1995), e como pelo aprendizado, em acordo com abordagem simbolista de Goodman (1976). Com esses referentes, é projetado na mensagem o seu conteúdo mental, complementando e percebendo as informações e concluindo a mensagem.

Com isso, concordando com Twyman (1985), 08 fatores operacionais envolvem a construção de mensagens:

1. Objetivo: função da mensagem;
2. Conteúdo informacional: o que será expresso / configurado;
3. Configuração: possibilidades de organização das informações;
4. Modo de expressão: como será expresso;
5. Meios de produção: forma de reprodução;
6. Recursos (financeiros, técnicos, temporais...);
7. Público-alvo: para quem é a mensagem (características gerais);
8. Circunstância de uso (momento, local, situação de recebimento).

Como comenta Burderk (2006, p.225), "cada objeto de design é resultado de um processo de desenvolvimento, cujo andamento é determinado por condições e decisões - e não apenas por configuração". As decisões das características configurativas e conceituais dos projetos são estabelecidas diante de fatores socioeconômico, culturais e tecnológicos, mas também ergonômicos, ecológicos e artísticos.

Enfim, mesmo não se caracterizando por gramática e semântica rígidas e compreendendo a importância da pragmática, alguns princípios, diretrizes e conhecimentos gerais do design podem ser estabelecidos. Estes orientam e ferramentam para um processo comunicativo mais eficaz.

3.1.1 Produtos como uma experiência de design

Segundo Brunner e Emery (2010, p.25), os artefatos não são simplesmente objetos, são portais de experiências. Suas significações acontecem com as vivências proporcionadas por eles, pela interação com eles, e não somente por suas propriedades em si.

Os produtos não se constituem apenas nas suas características físico-funcionais, mas especialmente nas sensações (tanto fisiológicas como, e principalmente, emocionais) provocadas por suas qualidades materiais e imateriais. Eles representam

uma ideia que deve ser compreendida e incorporada e com a qual se envolve emocionalmente.

3.1.2 Design centrado no usuário

A construção das ideias e dos artefatos deve ter como base de referência para a tomada de decisões o receptor/usuário/consumidor de suas ações ao ser sempre seu foco principal. É, portanto, a fonte principal e primeira de informações para o projeto, o indicador dos requisitos funcionais, estéticos e simbólicos indispensáveis e desejáveis para os produtos.

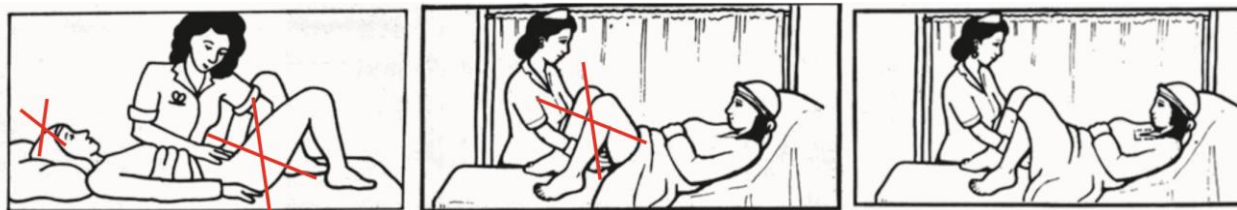
A comunicação só acontece quando este receptor compreende a mensagem (do produto, do serviço, da ação) de forma correta. Este processo de compreensão é influenciado por: (a) características cognitivas; (b) repertório, (c) aceitação e (d) emoção.

Cada perfil de indivíduos possuem, em caráter geral, habilidades cognitivas específicas que atuam na percepção de informações e interpretação de mensagens. Estas criam as condições para o aprendizado, a significação e o relacionamento com os artefatos. Assim, a idade, por exemplo, é um participante ativo, pois define a evolução destas capacidades.

As informações são percebidas quando fazem parte do repertório dos indivíduos, quando estes conhecem os conteúdos e as possibilidades de expressão. Cada um constrói e arquiva mentalmente ao longo do tempo um conjunto de imagens e informações (conscientes e inconscientes) empregadas como referências para todo o processo comunicativo. A experiência permite pontos de contato com as informações, reconhecendo-as ou gerando associações (quando ainda não experimentadas) para significá-las. Esse repertório reflete tanto experiências culturais como, e principalmente, pessoais. Portanto, escolaridade, cultura, ambiente (por exemplo, rural ou urbano) geram repertórios diversos. Como afirma Munari (2001, p.11) "conhecer as imagens que nos circundam significa também alargar as possibilidades de contato com a realidade, significa ver mais e perceber mais".

Os diferentes contextos nos quais participam e estão inseridos os indivíduos (principalmente o sociocultural) definem alguns critérios de valor e de aceitação tanto para comportamentos como para informações. Estes parâmetros permitem (ou não) o processamento e a compreensão de mensagens diante do consentimento de seus componentes informativos (conteúdo e forma). A Figura 59 apresenta um exemplo do desenvolvimento de ilustração se adequando ao contexto do leitor para sua aceitação enquanto informações: estímulo ao exame ginecológico para mulheres mulçumanas.

Figura 59: Informações aceitas, informações processadas.



Fonte: desconhecida.

Os fatores emocionais também influenciam na usabilidade e aceitação de mensagens, artefatos e ações. Humor, satisfação, identificação, entre tantos, exercem influência nas interações subsequentes com o produto, na lealdade, na resistência a mudança, na tolerância a problemas. Segundo Lidwell, Holden e Butler (2010):

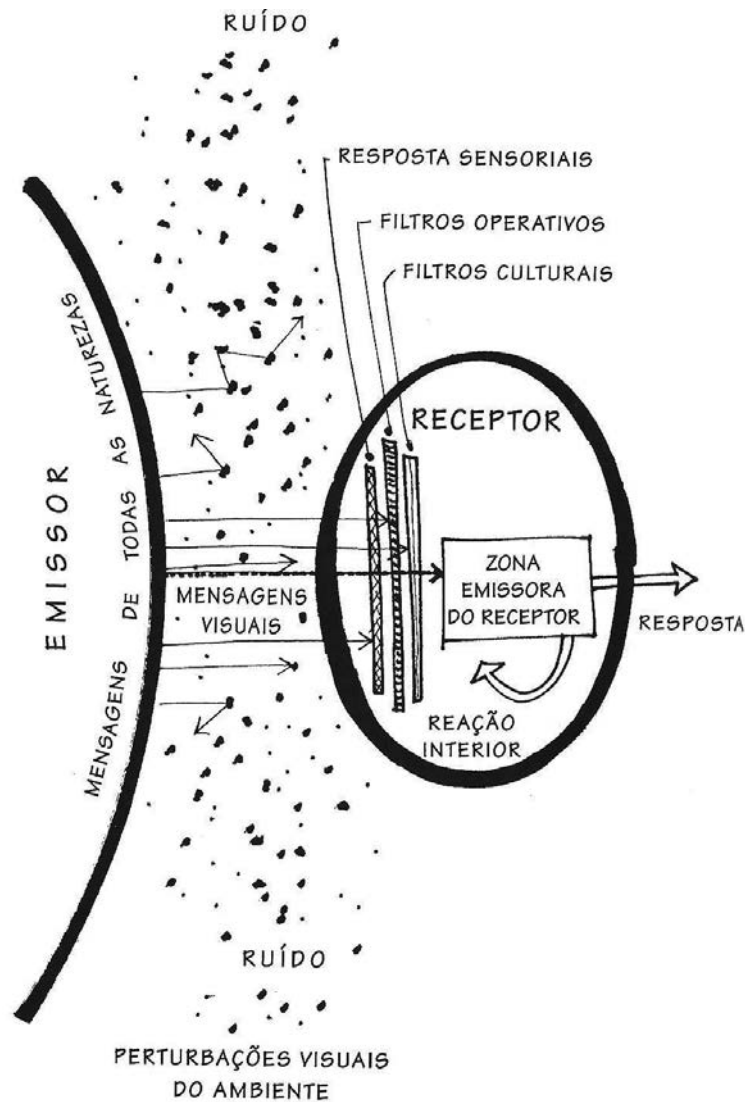
As relações positivas com um design resultam em uma interação que ajuda a catalisar a criatividade e a solução de problemas. As relações negativas produzem interações que estreitam o raciocínio e sufocam a criatividade. (LIDWELL, HOLDEN, BUTLER 2010, p.10).

3.1.3 Filtros da comunicação

O processo de recepção de mensagens é seletivo, com ações tanto de registro como principalmente de identificação e procura de informações. Qualifica-se por maior sensibilidade e reação a determinados estímulos e informações em consequência das características físicas, emocionais e contextuais do receptor. O entendimento da participação dessas propriedades é indispensável para uma comunicação eficaz ao indicar os fatores estimulantes e de interesse.

As mensagens atravessam, como aponta Munari (2001), três filtros principais para se constituírem: (1) sensorial; (2) funcional; (3) cultural. Estes influenciam significativamente a comunicação das mensagens ao transformá-las (adaptação ou mudança) ou confirmá-las na forma preestabelecida (pretendida pelo emissor). A Figura 60 esquematiza o processo de comunicação.

Figura 60: Processo de comunicação.



Fonte: MUNARI, 2001, p.71.

A capacidade fisiológica de receber e transmitir os estímulos das mensagens representa um filtro para a comunicação. Este filtro sensorial se caracteriza pelas ações físico-sensitivas do organismo. O daltonismo (incapacidade de distinção e individualização do verde e vermelho) é um exemplo clássico de alterações deste filtro.

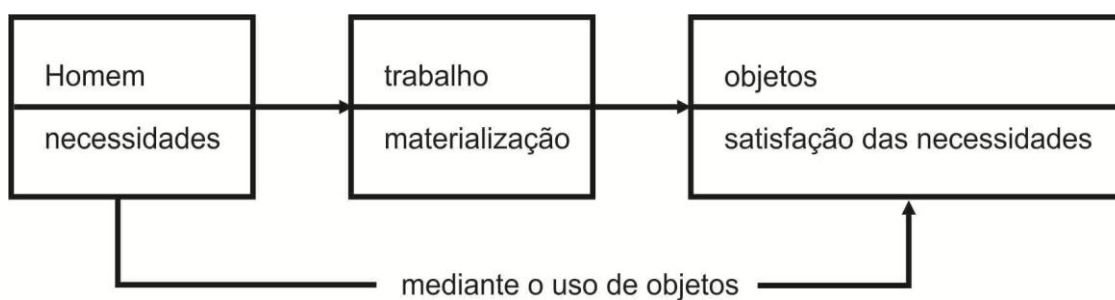
As características psicofisiológicas do receptor da mensagem também trabalham na identificação e compreensão das informações (filtro funcional). As emoções e experiências (vivência e conhecimento) desenvolvem condições e habilidades para a comunicação. A formação e idade, por exemplo, são fatores com distintos perfis de ação comunicativa, demandando específicas (ou não) propriedades conceituais (conteúdo) e modos de expressão (formas de representação). Crianças, por exemplo, estão mais familiarizadas e, por tanto, reagem melhor com mensagens diretas e não metáforas.

A cultura apresenta, indica, estimula e caracteriza comportamentos, interesses, aceitabilidades e até capacidades de percepção de informações. O contexto cultural no qual está inserido o receptor da mensagem constrói seu repertório (tanto visual como de ação), desenvolve competências e permite experiências a partir de aspectos históricos, sociais e simbólicos. Os artesãos do nordeste convivem mais com a história do cangaço, por isso, trabalham melhor e compreendem mais seus símbolos expressos nos produtos (a estética e o significado) como os artefatos em couro de Expedido Seleiro (Figura 2.3).

3.1.4 Propriedades básicas de satisfação dos produtos

Segundo Lobach (2011) os indivíduos possuem dois grupos motivacionais bases para configurar seu ambiente: (a) necessidades, resultante de deficiências e carências e (b) aspirações (desejos e ambições), derivadas espontaneamente de ideias. A partir das suas necessidades e aspirações, o indivíduo trabalha no desenvolvimento de objetos para satisfazê-las com seu uso (Figura 61).

Figura 61: Processo de construção de objetos.



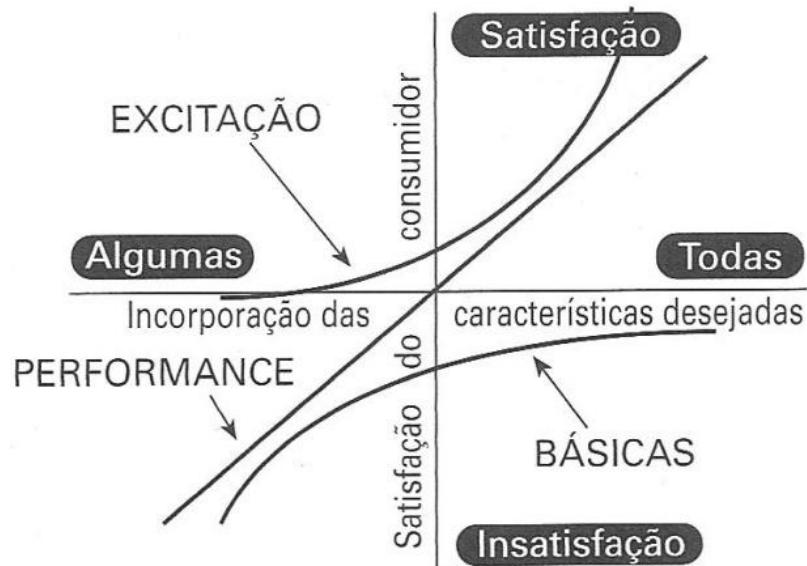
Fonte: LOBACH, 2011, p.32.

Assim, os artefatos, para funcionar e se destacar, devem se caracterizar por "benefícios significativos¹⁵" (superação das necessidades e realização das aspirações principais) mas também por "valores superiores³" (diferenciação dos concorrentes, expectativas muito superadas).

Baxter (2000) define três grupos de propriedades básicas de satisfação do consumidor: expectativas básicas, performance e fatores de excitação. Esses componentes não são estáticos, com a importância de cada característica sofrendo influência contextual, principalmente temporal, como mudanças tecnológicas constantes. A Figura 62 demonstra o comportamento de satisfação diante dessas características.

¹⁵ BAXTER, 2000, p.07.

Figura 62: Modelo Kano de qualidade.



Fonte: BAXTER, 2000, p.208.

Todo produto possui uma função principal representante das expectativas básicas dos consumidores. Estas propriedades são tão inerentes aos produtos que não são declaradas, mas são pré-requisitos. A ausência e problemas nessas características primárias produzem significativa decepção, enquanto sua presença, considerada natural, nem provoca nem acresce satisfação (gráfico da Figura 62).

Algumas qualidades, contudo, são declaradas e esperadas nos produtos, a performance¹⁶. O atendimento da performance influencia positivamente o nível de satisfação dos consumidores do produto de forma linear crescente (gráfico da Figura 62).

Propriedades não esperadas e diferentes dos concorrentes como requisitos adicionais promovem grande satisfação e excitação quando integradas aos produtos. O nível da satisfação é proporcionalmente crescente a presença de fatores de excitação, os diferenciais dos adversários (gráfico da Figura 62).

3.1.5 Funções dos artefatos

Os indivíduos se relacionam com os artefatos para satisfazer suas necessidades práticas, psíquicas e sociais. Este relacionamento, para tanto, acontece em 03 domínios principais: prático, estético e simbólico.

Assim sendo, os produtos se caracterizam por essas 03 funções básicas. Utilizando alguns conceitos da teoria das funções do produto de Mukarovsky (1970 *apud* BURDEK, 2006, p.295), a função prática se estabelece de forma indicativa (com

¹⁶ Termo criado por Kane em BAXTER, 2000, p.209.

participação menor de interpretações), enquanto as funções estética e simbólica compõem a função da linguagem do produto, tendo caráter significativo.

A função prática corresponde, como afirma Lobach (2011), "aos aspectos fisiológicos de uso" do produto. O relacionamento entre o usuário e o artefato ocorre a nível orgânico-corporal, tanto para suprir tensões físicas (por exemplo, a cadeira para o cansaço físico) como para minimizar limitações corpóreas (por exemplo, o uso do martelo para fixação de objetos).

As propriedades sensoriais dos artefatos expressam sua função estética. Suas características físicas, definidoras de sua aparência, trabalham atendendo às condições de percepção e às necessidades psíquicas do indivíduo. O "uso sensorial"¹⁷ dos produtos é influenciado pelas experiências com os elementos estéticos junto com sua conscientização. Por tanto, a função estética está relacionada à percepção sensorial consciente e desenvolve juízo de valor ao promover interesse, atenção, destaque, diferenciação, entre tantos.

Já o relacionamento simbólico do objeto com seus usuários acontece quando são estabelecidas conexões emocionais e sociais entre eles. Assim, a função simbólica expressa as necessidades psíquicas e sociais. Deriva das características estéticas do produto provocando associações de ideias. Mais do que a função estética, ao ser tornar um símbolo com significado além de suas características perceptíveis também expressa juízo de valor, principalmente riqueza, poder e nível cultural. Como comenta Lobach (2011, p.97) "em uma sociedade que se tornou anônima, estes símbolos ordenam as relações entre os homens, são signos de conduta."

Portanto, cada objeto é resultado de suas dimensões práticas, estéticas e simbólicas. Dependendo do artefato uma tem maior força de representação que a outra. Uma faca é um artefato com predominância de função prática ao ser procurado principalmente para suprir necessidades fisiológicas, carregando pouco simbolismo e demandando pouca informação estética. O automóvel tem sua função estética em realce, já que a sua funcionalidade não varia com significado entre todos e sim seus aspectos visuais. Os computadores Apple, apesar de sua eficiência funcional-prática-estética, destaca-se sua função simbólica de representação de status socioeconômico.

3.1.6 Design Universal

O conceito de design acessível, no contexto desta pesquisa, não se refere à adaptação dos projetos a indivíduos com deficiências. Engloba o alcance de um maior número de

¹⁷ LOBACH, 2001, p.62.

indivíduos possíveis no uso eficaz e sem esforço dos artefatos e ambientes, independente de habilidades e características.

Os projetos de design acessíveis apresentam, em acordo com Lidwell, Holden e Butler (2010), 04 características principais: (1) perceptibilidade; (2) operabilidade; (3) simplicidade; e (4) condescendência.

A perceptibilidade representa a capacidade do projeto em apresentar suas características e informações de forma clara e direta, de forma autônoma às capacidades sensoriais dos usuários. Todos os componentes informacionais e técnicos são identificados e compreendidos. Lidwell, Holden e Butler (2010) exemplificam como possível estratégia as múltiplas formas de expressão da mesma informação (visual pictórica, verbais escrita e oral, esquemática tátil).

O uso correto e descomplicado dos projetos independente de características físicas corresponde à operabilidade. Algumas diretrizes da ergonomia orientam a instituição dessa propriedade: eliminação ou minimização de movimentos repetitivos ou com exigência de grande e prolongados esforços físicos; acesso a sistemas de controle em posições diversas (opções para maior conforto), entre outras.

A não exigência de experiência, de nível de escolaridade e de grau de concentração para a compreensão e operação do projeto caracterizam a qualidade de simplicidade. A manifestação progressiva de informações e de ações e a apresentação e solicitação de feedbacks são apontadas por Lidwell, Holden e Butler (2010) como possibilidades táticas para a simplificação.

A condescendência representa a minimização de ocorrência de erros e suas consequências. Os projetos possibilitam e/ou permitem poucas ações inadequadas. Sistema de controle com execução de ações apenas de forma correta (travamento quando contrário); confirmações de ações; avisos de falhas; permissão de reversão de ações, entre tantas, são indicações para estabelecer condescendência.

3.1.7 Diretrizes básicas

Algumas outras diretrizes podem ser estabelecidas:

para as ações

- O desenvolvimento de produtos é um processo multifatorial;
- As metodologias devem ser flexíveis;
- As ações devem ser sistemáticas e coordenadas;
- O processo de decisão deve ser hierarquizado;

- Todo problema deve ser resolvido em etapas num sequenciamento progressivo de profundidade e especificidade;
- A fase projetual, com suas etapas de conceituação e de caracterização de requisitos (técnicos, estéticos, funcionais, simbólicos, entre tantos) é importantíssima para o desenvolvimento de produtos;
- O trabalho entre as áreas de desenvolvimento, produção e marketing deve ser cooperativo e integrado.

para os artefatos

- É fundamental a definição dos requisitos básicos (exigências e desejos) do projeto;
- Os produtos são (e devem ser) desenvolvidos para os seus consumidores;
- As características físicas dos artefatos e de seus componentes (*affordance*) devem estar adequadas à execução de sua função. Esta qualificação torna o projeto de melhor e de mais fácil utilização, quando demonstra e ensina ao usuário como operá-lo de forma natural, sugerindo a ação correta. Como apontam Lidwell, Holden e Butler (2010, p.22) "quando *affordance* são bem utilizados em um design, parece inconcebível que ele possa funcionar ou ser manuseado de algum outro jeito";
- Os componentes do projeto devem estar alinhados a um centro (conceito) comum. Este processo gera coesão e unidade, trabalhando em favor da estética do artefato e da percepção de sua estabilidade. Também conecta todos os elementos do projeto;
- A coerência formal entre o material e a tecnologia empregada, como apresenta Munari (2001), permite a definição de identidades, relações e associações. Como exemplo, observam-se as famílias tipográficas, sistema de sinalização, conjunto de produtos (como o faqueiro), entre outro;
- O equilíbrio de um projeto, seja com informações gráficas ou com características dos produtos, é construído com base no peso real (equilíbrio estrutural) e também no peso visual (equilíbrio visual) dos seus componentes. A massa, cor, textura, entre tantas características dos elementos atuam de forma dinâmica na estabilidade visual da mensagem;
- A mudança de hábito de consumo (de um produto para outro) acontece quando há uma diferenciação significativa em relação aos concorrentes.

Como afirma Baxter (2000, p.126) "novos produtos considerados apenas tão bons como aqueles existentes não oferece incentivos para que o consumidor possa trocar os seus hábitos de consumo (os consumidores são conservadores)."

3.2 Elementos básicos

Concordando com Lobach (2001), as características materiais, estruturais e visuais dos artefatos (seja bidimensional ou tridimensional) compõem sua estética, mas também refletem sua funcionalidade e expressam sua simbologia num processo comunicativo intenso. A construção desses artefatos e de suas mensagens ocorre através de elementos de composição, do relacionamento entre eles e do processo de organização dos mesmos (modos de configuração).

Estes elementos de expressão possuem significados individuais já incorporados (devido a referências diretas ou simbólicas) e em conjunto adquirem e expressam múltiplos conceitos. Esses significados são repassados ou incorporados à mensagem e aos artefatos, podendo variar diante de diferentes contextos, culturas e sujeitos. Essas propriedades físicas e conceituais dos produtos provocam reações (como, por exemplo, interesse, rejeição e neutralidade) no usuário/receptor/consumidor pois possuem não só propriedades físicas, mas também significados agregados.

Assim, compreendendo a abrangência da linguagem visual, ferramenta de expressão do design, são caracterizados principalmente os seus componentes mais atuantes para o artesanato. Eles são organizados por essa pesquisa em elementos estruturadores (unidades bases) e elementos variantes (características e possibilidades de transformação das unidades bases).

Elementos Estruturadores

Modos de simbolização

Concordando com Twyman (1979), Van der Waarde (1999) e Horn (1998) três são os modos de simbolização de informações: modo verbal, modo pictórico e modo esquemático.

Modo verbal

Tem como vocábulos palavras e números. A Figura 63, exemplifica o uso do modo verbal em peças artesanais - placas entalhadas de madeira.

Figura 63: Modo verbal como expressão do artesanato.



Fonte: Montagem da autora da pesquisa.

Modo Pictórico

Utiliza imagens (como desenhos, fotografias, modelos) com referentes reais como elementos de expressão. As imagens da Figura 64 demonstram a aplicação do modo pictórico no artesanato - xilogravura e bonecos de madeira.

Figura 64: Modo pictórico como expressão do artesanato.



Fonte: www.artenata.com.br/tecnica/ e www.portaldoartesanato.pe.gov.br/produtos.

Modo esquemático

Emprega marcas gráficas com formas abstratas ou com formas com significados convencionados (como as setas) representando informações. As rendas artesanais empregam com frequência elementos esquemáticos em suas composições (Figura 65).

Figura 65: Modo esquemático como expressão do artesanato.



Fonte: Autora da pesquisa.

Material

As matérias-primas envolvidas nos artefatos definem muitas de suas características e possibilidades de ação. Elas apresentam em sua constituição os principais elementos da linguagem gráfica (como cor, textura e tom) e refletem outras características importantes (como flexibilidade, durabilidade, iluminação, hidrofobia, entre tantas). Também possuem significados incorporados e adquirem novos conceitos dependendo do contexto.

Modos de Configuração

Os modos de organização dos elementos são também meios de comunicação do design. Como já comentado, as informações se relacionam entre si, influenciando-se característica e conceitualmente (adquirem múltiplos conceitos).

A disposição dos componentes das mensagens gráficas ou dos objetos constrói significados e define características (como desenvolvendo propriedades diferentes ou mais/menos intensificadas). Ao mesmo tempo, expressa ordenação e sequenciamento e direciona o olhar.

Elementos Variantes

Os elementos estruturadores podem ser trabalhados ou se caracterizam através de elementos variantes: forma, cor, tom, textura, entre outros. Estes (a) são carregados de significados incorporados por referências ou convenções, (b) geram informações e expectativas visuais, olfativas, de paladar e táteis e (c) são influenciados pelos contextos culturais, ambientais, entre tantos.

Forma

Segundo Ching (1998), a forma pode ser conceituada como a "estrutura formal de um trabalho - a maneira de organizar e coordenar elementos e partes de uma composição de forma a produzir uma imagem coerente" (CHING, 1998, p.34). É formada pela composição e disposição de linhas/contornos e planos.

As formas são caracteristicamente geométricas (construídas através da matemática - como círculo, quadrado e triângulo) ou orgânicas (estabelecidas por curvas livres - polígonos e figuras abstratas). Ao representar a armação geral dos artefatos, podem ser espaciais (tridimensionais) e planas (bidimensionais).

O contorno é a principal representação da forma plana, podendo variar de espessura e de forma novamente. As tipografias representam as formas do modo verbal.

A Figura 66 demonstra a exploração da forma em peças artesanais, diferenciando-a tanto estética com funcionalmente. Na Figura 67 a forma é trabalhada como expressão simbólica - flores da região.

Figura 66: Formas nas peças artesanais.



Fonte: <http://www.portaldoegito.com.br/en/jarro-dancadoventre>.

Figura 67: Formas como expressão simbólica.



Fonte: <http://revistaraiz.uol.com.br/portal>.

Cor

A existência da cor está diretamente relacionada com a ação da luz nos objetos e com a sensação e estímulo provocado por essa ação sobre a visão. Quem colore o objeto é sua capacidade de refletir (sua cor) ou absorver a luz.

Oficialmente existem dois grupos de estímulo cromático: a cor luz (radiação luminosa - a luz colorida) e a cor pigmento (substância material - a tinta). As cores são classificadas e agrupadas segundo várias características: (1) cores primárias (não decompostas), as secundárias (compostas por duas primárias) e terciárias (compostas por uma secundária e uma primária); (2) Cores análogas (vizinhas no círculo cromático) e cores complementares (com posições inversas no círculo cromático); (3) cores quentes (se expandem) e cores frias (se retraem).

As cores também são elementos comunicativos importantes e com significado nas peças artesanais. Na Figura 68 a identificação de cada objeto só é compreendida por sua cor. A Figura 69 demonstra a participação da cor na construção de identidades de grupos artesanais - cor e bandeira.

Figura 68: Cor e identidade.





Fonte: <http://ciclovivo.com.br/noticia>

Figura 69: Cor e identidade.



Fonte: <http://www.fgtas.rs.gov.br> e <http://4.bp.blogspot.com>

Tom

Caracteriza o grau de iluminação da cor (quantidade de luz refletida). Estabelece a relação claro e escuro com acréscimo de branco e preto, respectivamente, na cor pura.

Textura

As características das superfícies são constituídas pelas texturas. Estas se caracterizam por uniformidade e regularidade. As texturas são classificadas em (a) texturas visuais, quando expressam informações apenas visualmente, ou (b) táteis, quando sentidas por sensações táteis e percebidas pela visão.

Muitos materiais empregados nas peças artesanais transportam textura visuais e táteis como na Figura 70. Algumas técnicas artesanais de manipulação de matérias-primas geram texturas, principalmente táteis, como na Figura 71. E essas texturas podem ser usadas como identidades dos grupos artesanais (Figura 72).

Figura 70: Textura e matéria-prima.



Fonte: <http://artemadeiraevida.blogspot.com.br/>

Figura 71: Textura e técnica artesanal.



Fonte: <http://osolartesanato.wordpress.com>

Figura 72: Texturas e identidade.



Fonte: <http://osolartesanato.wordpress.com>

As texturas também podem ser construídas pela composição de diversos elementos gráficos como por exemplos, formas geométricas, cores e tipografias. A Figura 73 exemplifica essas construções.

Figura 73: Texturas com elementos gráficos.



Fonte: <http://osolartesanato.wordpress.com>

3.3 Metodologias de design

Diversas metodologias projetuais de design já foram desenvolvidas com o objetivo de orientar a construção de projetos eficazes. Essa pesquisa, contudo, apresenta e trabalha com três delas por serem metodologias bem conhecidas: (1) Método de projeto de Munari; (2) Processo de design de Lobach; (3) Funil de decisões de Baxter.

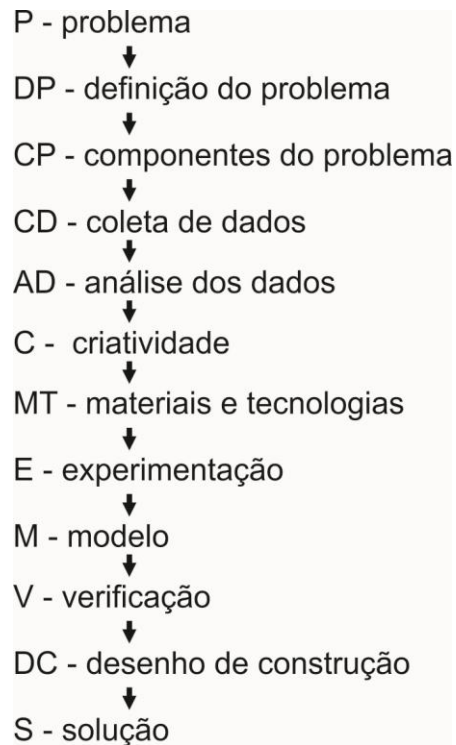
3.3.1 Método de projeto - Munari

Segundo Munari (2001) método de projeto corresponde "a uma série de operações necessárias, dispostas em ordem lógica, ditadas pela experiência, objetivando o melhor resultado com o menor esforço" (MUNARI: 2001, p 12). Os métodos não são absolutos e nem definitivos, caracterizam-se por flexibilidade com novos "valores objetivos"¹⁸ podendo ser incorporados ao processo.

O método de projeto define 12 etapas para a solução de um problema de design: (1) problema (P); (2) definição do problema (DP); (3) componentes do problema (CP); (4) coleta de dados (CD); (5) análise dos dados (AD); (6) criatividade (C); (7) materiais e tecnologia (MC); (8) experimentação (E); (9) modelo (M); (10) verificação (V); (11) desenho de construção; (12) solução. A Figura 74 esquematiza essa metodologia.

¹⁸ MUNARI, 2001, p.11.

Figura 74: Esquema do método de projeto de Munari.



Fonte: MUNARI, 2001, p.55.

As necessidades dos indivíduos (do mercado, por exemplo) definem o problema geral (etapa 01). Este deve ser mais especificado (etapa 02) com a definição das suas características, seus limites e o tipo de solução (provisória ou definitiva; comercial ou fantasiosa; atemporal ou de moda; econômica ou sofisticada, entre tantos). Em seguida, esse problema deve ser decomposto para definição de seus componentes (etapa 03), sendo trabalhados individualmente e depois de forma conjunta (conciliação e coordenação das subsoluções). Em complementação, são necessárias informações (coleta de dados) sobre produtos concorrentes e semelhantes (o que já foi desenvolvido), entre outras (etapa 04). Todas essas informações devem ser analisadas permitindo sugestões de ações e orientação de decisões (etapa 05). Com isso, inicia-se o projeto com a ação de criatividade, o desenvolvimento da ideia (etapa 06). Informações sobre materiais e tecnologias disponíveis são fundamentais (etapa 07). Em sequência, a experimentação destes materiais e tecnologias permite conhecê-los melhor e descobrir novas aplicações e funções (etapa 08). Como resultado de todas essas ações são construídos modelos de possibilidades de soluções (etapa 09). Diante de várias possibilidades, estas devem ser avaliadas, verificadas a sua usabilidade, viabilidade e funcionalidade (etapa 10). Com a decisão do modelo mais adequado é desenvolvido o desenho de construção, responsável em indicar todas as informações necessárias para sua produção. Como consequência, a solução é definida (etapa 12).

A ficha de análise proposta por Munari (2001) apresenta alguns elementos constitutivos de projeto norteadores para a verificação do resultado (bom ou ruim) diante das necessidades a serem superadas: (a) nome do objeto; (b) autor; (c) produtor; (d) dimensões; (e) material; (f) peso; (g) técnicas, (h) custo; (i) embalagem; (j) função declarada; (k) funcionalidade; (l) ruído; (m) manutenção; (n) ergonomia; (o) acabamento; (p) manuseabilidade; (q) durabilidade; (r) toxicidade; (s) estática; (t) moda e *styling*; (u) valor social; (v) essencialidade; (x) antecedentes; (z) aceitação por parte do público. A necessidade de todos esses parâmetros depende do artefato/projeto diante de seu contexto de uso e produção.

3.3.2 Processo de design - Lobach

Segundo Lobach (2001) as relações entre o designer e o produto correspondem ao processo de design. Este se caracteriza por 04 fases principais não desassociáveis e entrelaçadas: (1) fase de preparação; (2) fase de geração; (3) fase de avaliação; (4) fase de realização. Estas fases se refletem no processo de solução de problemas como: análise do problema; geração de alternativas; avaliação das alternativas; e realização da solução, respectivamente.

A constituição de um problema é a condição inicial e motivação da ação do design. Assim, como primeira fase se estabelece a análise do problema com (a) o conhecimento do problema; (b) a coleta de informações; (c) a análise das informações, e conseqüentemente, (d) a definição do problema e (e) dos objetivos do projeto.

Para a compreensão do problema é fundamental a reunião e combinação de todas as informações disponíveis do contexto do problema. Com afirmação Lobach (2001, p.140) "quanto mais ampla for a abordagem do problema, mais aumentam as combinações possíveis entre as diversas variáveis e maior a probabilidade de se chegar a soluções novas."

Com isso, uma análise crítica destas informações é desenvolvida com bases nas (a) necessidades; (b) relação social; (c) relação com o meio ambiente; (d) desenvolvimento histórico; (e) mercado; (f) função; (g) estrutura; (h) configuração; (i) materiais e processos de fabricação; (j) sistemas de produtos; (l) patentes, legislação e normas; (m) sistema de distribuição, montagem, serviços e manutenção; e (n) características e exigências do novo produto.

Estes parâmetros expressam:

- a força de interesse na solução do problema (pesquisa quantitativa);

- a relação do usuário com o produto a nível social (classes sociais dos consumidores; capacidade de proporcionar interação social, prestígio social, entre outros);
- a relação em ambas as direções do produto e o ambiente de uso, tanto o impacto do produto no ambiente como as ações do ambiente sobre o produtos;
- as informações históricas (transformações sofridas, por exemplo);
- os principais produtos concorrentes (pontos de referências, características positivas, deficiências, valores, entre outros);
- as funções práticas do produto (características técnico-funcionais, modo de trabalhar, função principal e funções secundárias);
- características estruturais (componentes, relações entre eles, sua importância e etc);
- características estéticas (elementos de configuração e suas possíveis variações, como cor, textura, acabamento, entre outros);
- materiais disponíveis e adequados;
- meios de produção disponíveis e adequados;
- componentes do sistema, suas interações e influências no produto;

Com a avaliação das informações o problema é discutido e claramente determinado. Os fatores envolvidos são julgados e definidos em sua ordem de importância, preestabelecendo os requisitos gerais e suas inter-relações para produto. E, assim, as metas são instituídas, finalizando a preparação.

Com o problema definido e as necessidades do projeto estabelecidas, são discutidas e trabalhadas as alternativas para sua resolução. Para isso, primeiramente é definido o conceito de design a ser trabalhado. Em sequência, são desenvolvidas livremente as diversas ideias, com esboços e modelos das propostas mais promissoras. Essas ações caracterizam a fase de geração.

Diante de diversas possibilidades, é necessário avaliá-las para a seleção da proposta mais adequada (fase de avaliação). Esta avaliação se baseia nos requisitos determinados na fase de preparação.

Enfim, a solução escolhida é aprimorada e materializada na fase de realização. Todas as suas características (projeto mecânico, projeto estrutural, entre outros) são definidas e detalhadas. Os desenhos técnicos e de representação bem como o protótipo

são desenvolvidos. Uma nova avaliação da proposta é realizada. A tabela 1 resume a metodologia de Lobach (2011).

Tabela 1: Processo de design de Lobach.

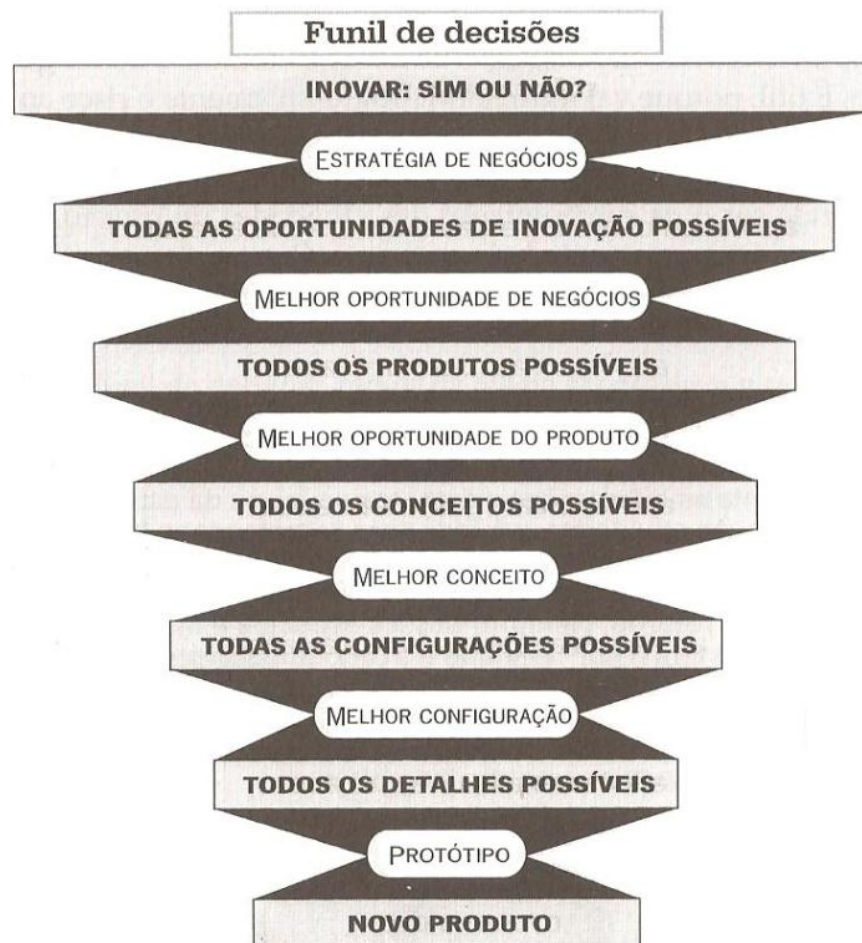
Processo Criativo	Processo de solução de problemas	Processo de design (desenvolvimento do produto)
1. Fase de preparação	<u>Análise do problema</u> Conhecimento do problema; Coleta de informações; Análise das informações; Definição do problema; Clarificação do problema; Definição dos objetivos.	<u>Análise do problema de design</u> Análise das necessidades; Análise da relação social; Análise da relação com ambiente; Desenvolvimento histórico; Análise do mercado; Análise da função; Análise estrutural; Análise da configuração; Análise de materiais e processos de fabricação; Patentes, legislação e normas; Análise do sistema de produtos; Distribuição, montagem, serviço a clientes, manutenção; Descrição do novo produto; Exigências para com o novo produto.
2. Fase de geração	<u>Alternativas do problema</u> Escolha dos métodos para solucionar problemas; Produção de ideias; Geração de alternativas.	<u>Alternativas de design</u> Conceitos do design; Alternativas de solução; Esboços das ideias; Modelos.
3. Fase de avaliação	<u>Avaliação das alternativas do problema</u> Exame das alternativas; Processo de seleção; Processo de avaliação.	<u>Avaliação das alternativas de design</u> Escolha da melhor solução; Incorporação das características ao novo produto.
4. Fase de realização	<u>Realização da solução do problema</u> Nova avaliação da solução.	<u>Solução de design</u> Projeto mecânico; Projeto estrutural; Configuração dos detalhes; Desenho técnico; Desenhos de observação; Documentação do projeto; Relatórios.

Fonte: LOBACH, 2011, p.144.

3.3.3 Funil de decisões - Baxter

A metodologia de Baxter (2000) foi desenvolvida com base no processo de tomada de decisão envolvido no desenvolvimento de novos produtos com relação a riscos e incerteza. Com isso, caracteriza-se por 06 etapas e/ou 06 ações a serem realizadas e/ou 06 decisões a serem tomadas. A Figura 75 apresenta o esquema original do funil de decisões de Baxter (2000) em que, de acordo com o próprio autor, os retângulos em cinza apresentam as alternativas executáveis e as formas arredondadas determinam as decisões perante estas.

Figura 75: O funil de decisões de Baxter.



Fonte: BAXTER, 2000, p.09.

O questionamento primário base para o processo de desenvolvimento de produtos se relaciona com a decisão de inovação, ou melhor, de projetar um novo produto ou algo novo num produto antigo (a estratégia de negócio). Esta decisão envolve a avaliação (fragilidade e força) da capacidade técnica, comercial e gerencial da empresa para essa mudança.

Com a decisão de "inovação", inicia-se o fase de planejamento, responsável em discutir e definir as oportunidades de negócio. São estabelecidos, por tanto, objetivos, metas e restrições do projeto, bem como benefícios básicos e complementares (expectativas básicas, performance e fatores de excitação) para o produto. Todas estas informações caracterizam o detalhamento do projeto e devem se basear nas necessidades e desejos do mercado, nos produtos concorrentes, nas características (missão, capacidade técnica e administrativa, produtos, entre outras) da própria empresa e nas consequências das "inovações".

Com o estudo das oportunidades são definidas as especificações de oportunidade e as especificações do projeto. No geral, elas se caracterizam pelo compromisso comercial e técnico, respectivamente.

O estudo do mercado define algumas características do produto para aproveitar as possibilidades comerciais favoráveis, indicando os custos e os benefícios consequentes dessa proposta. As propriedades diferenciadoras dos concorrentes, vantagens percebidas pelo consumidor com o uso do produto, são estabelecidas. Estas, intituladas pelo autor como benefícios básicos, variam em nível de amplitude dependendo do produto. Assim, o documento de especificação de oportunidades deve apresentar os benéficos básicos e os fatores complementares para um produto eficiente comercialmente; as características do seu mercado (principalmente se for um mercado novo); e a justificativa (financeira, técnica, entre outras) para tanto.

Como indica Baxter (2000), o processo de seleção de oportunidade pode ser desenvolvido por meio da 'matriz para seleção sistemática de oportunidades'. Nesta ferramenta as oportunidades potenciais (novas propostas de inovação ou benefícios definidos) são confrontadas com as metas de desenvolvimento de produtos da empresa (fatores influentes para o viabilidade e sucesso geral do produto), diante de uma oportunidade de referência (exemplo base para comparação). Para cada um desses fatores (os critérios) são definidos seus pesos de atuação. O processo de comparação ocorre a partir da aplicação relativa dos conceitos de "melhor que" (expresso pela pontuação somatória "+n:força"), "pior que" (expresso pela pontuação "- n:força"), e "igual a" (expresso pela pontuação neutra "0") para cada critério de seleção em relação à nova proposta e à referência. Assim, o nível de sucesso da proposta pode ser expresso numericamente. Baxter (2000, p.129) aponta que "em geral, considera-se que uma oportunidade seja satisfatória quando ela confirma a viabilidade comercial do produto e demonstra consistência com a estratégia de desenvolvimento de produto da empresa."

Com isso, as necessidades do mercado e os objetivos comerciais para o novo produto (as especificações de oportunidade) são convertidos e traduzidos em objetivos

técnicos. As especificações do projeto definem os objetivos específicos para o produto, as diretrizes norteadoras para seu desenvolvimento e suas características básicas (expectativas básicas, performance e fatores de excitação). Devem conter, portanto, os requisitos de mercado (fatores de aceitação e interesse dos consumidores), requisitos de funcionamento (fatores envolvidos na garantia de seu funcionamento), requisitos de produção (fatores para assegurar a fabricação) e requisitos normativos e legais (cumprimento das exigências normativas e legais).

Por conseguinte, é iniciado o desenvolvimento do produto. Nesta grande fase, há a discussão e a definição do projeto conceitual, da configuração do produto e do projeto detalhado. O projeto conceitual apresenta os princípios funcionais e de estilo para o produto com um todo para atender as especificações de oportunidade. A configuração do produto define como o projeto conceitual pode ser realizado através do projeto de seus componentes no geral. E o projeto detalhado especifica o produto completamente, detalhando seus componentes e processo de fabricação.

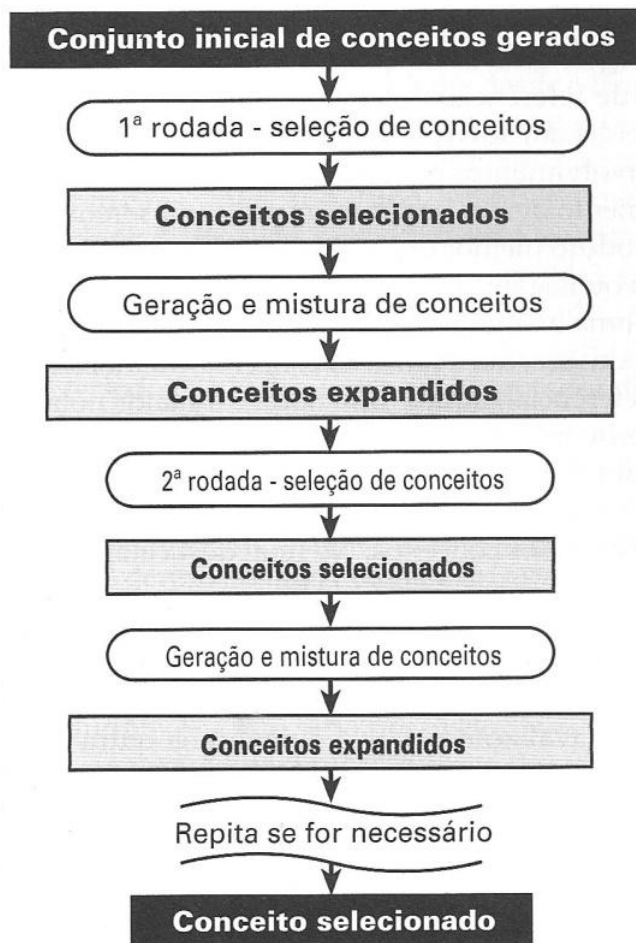
O projeto conceitual indica os princípios bases (características de forma e função) para o produto visando atender as necessidades de seus usuários e diferenciá-lo dos seus concorrentes. É composto principalmente pelos requisitos funcionais e de estilo, os "benefícios básicos" definidos para o produto. O seu desenvolvimento requer análise e definição do problema (limites e alcance); a geração e discussão de várias ideias e, por fim, a seleção do conceito mais adequado aos objetivos propostos.

Baxter (2000) indica três ferramentas orientadoras para a geração de conceitos: (a) análise das tarefas, (b) análise de funções e (c) análise do ciclo de vida. A primeira ferramenta, de caráter descritivo, visa a interação dos indivíduos com o produto e a interface homem-produto, observando os modos de uso e de percepção. A segunda trabalha de forma analítica e sistemática com as funções dos produtos (originais e novas), como estas são percebidas pelos seus consumidores e a importância atribuída por eles a cada uma delas. Na terceira, também analítica, são discutidas melhorias em cada uma das etapas do ciclo de vida do produto, com a construção deste ciclo de vida e a definição dos objetivos de cada um dos estágios com nível de importância e custo.

Para a seleção do conceito Baxter (2000) indica o processo de convergência controlada de Pugh. Esta se caracteriza essencialmente pela confluência sistemática de diversos conceitos em um único contendo a combinação dos aspectos positivos de cada um. Como observado na Figura 76, envolve três etapas básicas com comportamento cíclico e repetitivo: seleção, combinação e geração de conceitos. Inicia-se com a seleção dos diversos conceitos desenvolvidos a partir dos critérios de oportunidade e do conceito referência (matriz de seleção de oportunidades). Esses conceitos são mesclados,

explorando os fatores positivos e eliminando os negativos com a transferência de elementos benéficos entre todos. Finaliza-se com a definição do conceito final superior ao conceito referencial.

Figura 76: Processo de definição de conceitos.



Fonte: BAXTER, 2000, p.195.

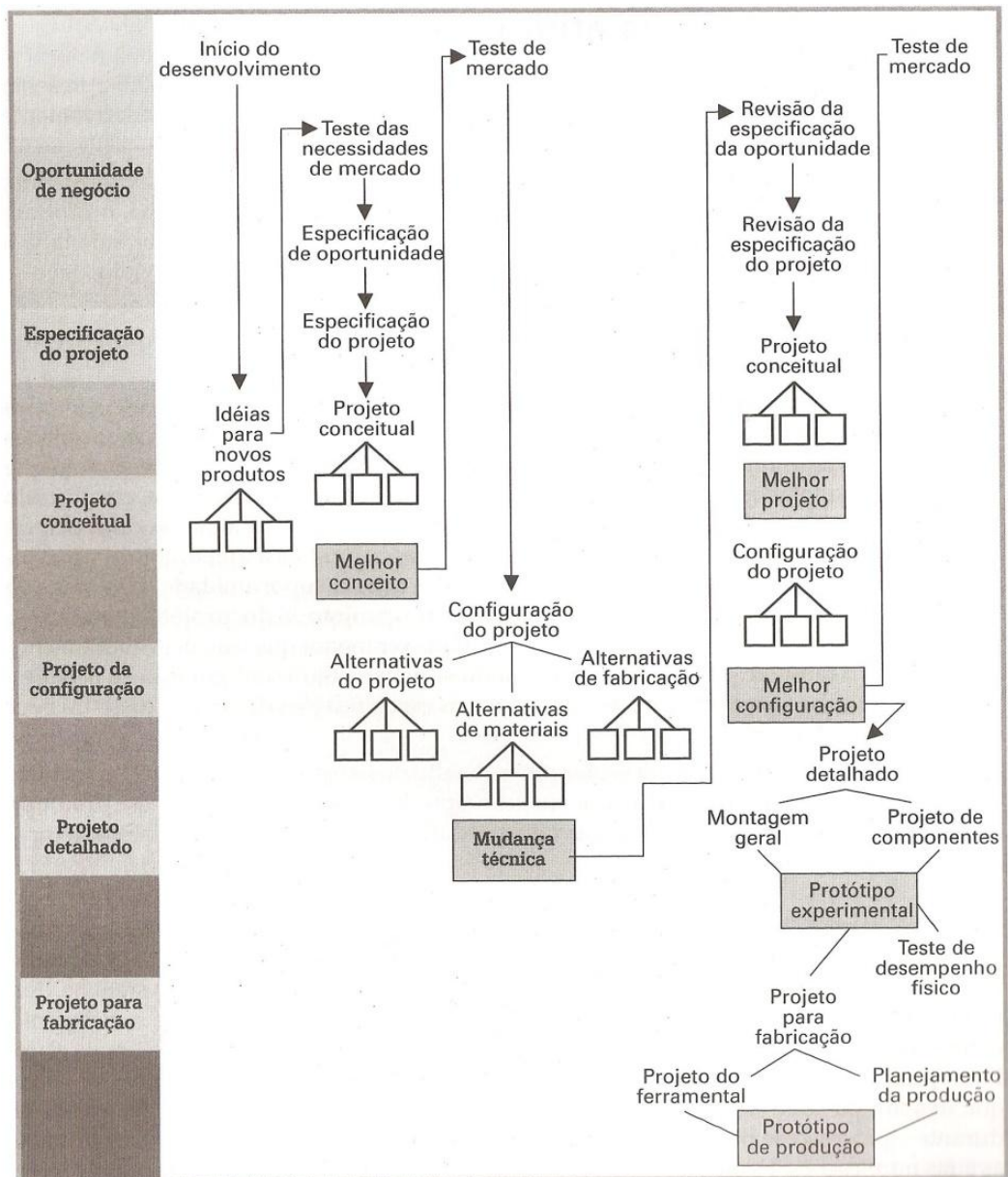
Com o conceito do projeto definido, a fase de configuração é iniciada. Ela é composta por 04 etapas num processo não necessariamente linear e com permissão de retrocesso e adiantamento: (a) geração; (b) seleção de ideias; (c) análise da solução enquanto possíveis falhas; e (d) construção e teste do protótipo. A configuração do projeto apresenta as características que permitirão ao produto exercer sua função básica e expressar a mensagem, ambas definidas no projeto conceitual. Assim, são construídos e definidos o projeto dos componentes (forma e função), a arquitetura do projeto (interação e o arranjo físico dos elementos), o sistema de montagem, os materiais e o processo de fabricação.

Após a configuração do produto com a análise das falhas, os desenhos técnicos, os resultados dos testes e os protótipos, seu detalhamento é desenvolvido. Este expressa as instruções para a produção do produto contendo o sistema de aquisição dos

componentes (comprar ou fabricar?), processos produtivos, ferramentas e equipamentos, materiais, acabamento, entre outras informações.

Esse processo de desenvolvimento não é necessariamente linear, requer testes de mercado, avaliações e reestruturação. A Figura 77 apresenta um novo esquema do proposta metodológica de Baxter (2000).

Figura 77: Outro esquema do funil de decisões de Baxter.



Fonte: BAXTER, 2000, p.16.

3.3.4 Observação geral

As metodologias apresentam como qualidade fundamental para seu andamento fases interligadas e sequenciais. Estas envolvem tomadas de decisões, coletas de informações e avaliações constantes.

Todas apontam o problema como informação inicial para o desenvolvimento de qualquer projeto. Ele representa desde dificuldades na própria produção e produto mas também as necessidades e interesses do mercado e os objetivos da empresa.

O planejamento é apresentado como importante para o direcionamento e a orientação das decisões e ações. A discussão e exploração de diversas opções de propriedades e de ações além de instrumentalizarem o processo, fundamentam melhor o projeto final.

Em resumo, o problema deve ser contextualizado, caracterizado, especificado e analisado para a definição dos objetivos e requisitos básicos do projeto. Com o projeto definido, são trabalhadas as possibilidades para sua resolução com a exploração de diversas ideias, materiais, elementos visuais, entre outros. Diante de diversas ideias, estas devem ser avaliadas para a observação da solução mais adequada ao objetivo e aos requisitos do projeto. Por fim, a proposta é detalhada, desenvolvida e materializada.

4 Contribuições

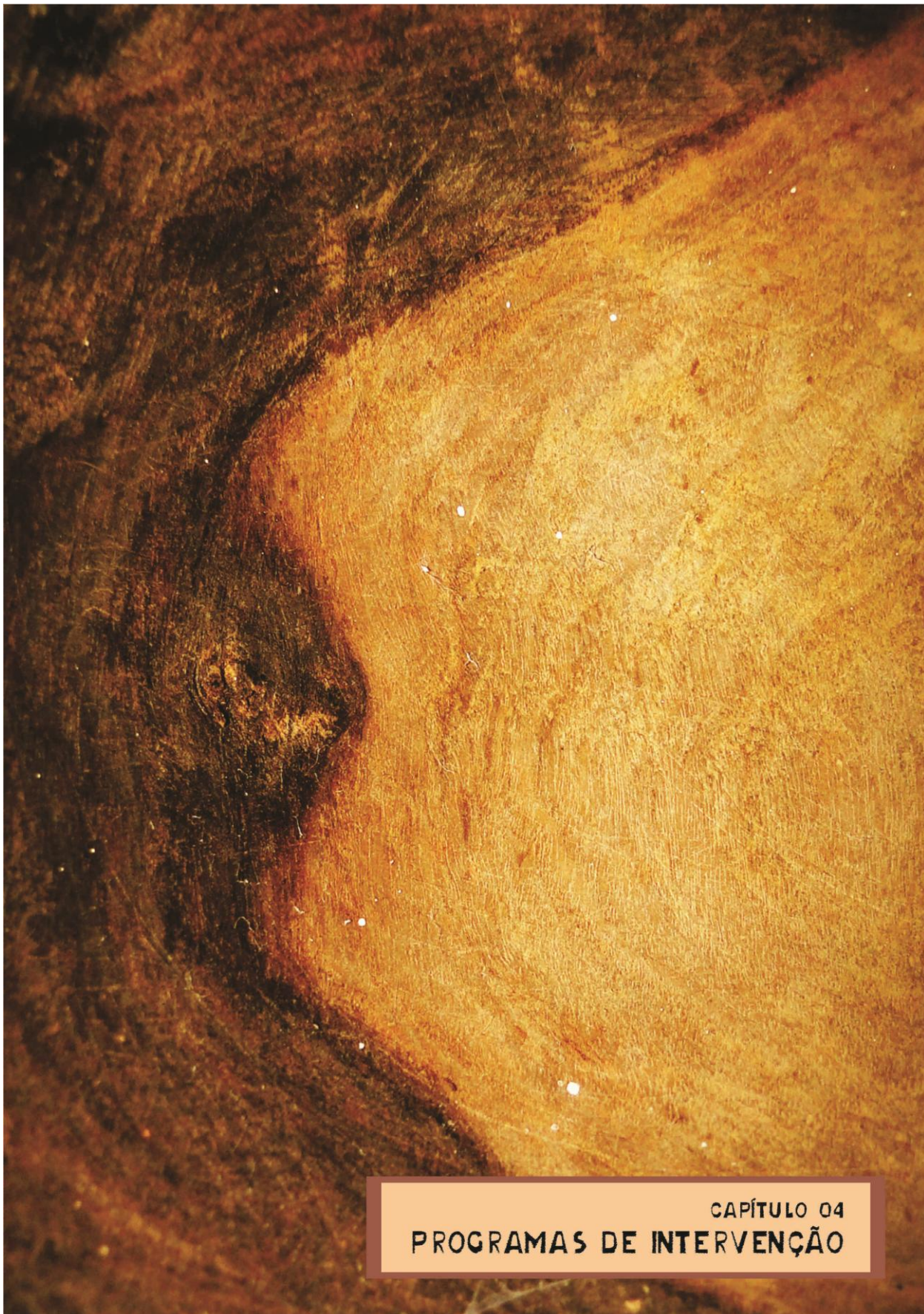
O artesanato compartilha algumas propriedades semelhantes com o design: (a) habilidades intelectuais e criatividade; (b) conhecimentos técnicos e artísticos; (c) atividade processual e sistemática; (d) experimentação; (e) conceituação e produção; entre outras. Também envolvem processos comunicativos e são compreendidos como produto (resultado) e como processo (ações).

Ambos, contudo, possuem modos próprios de perceber, interpretar e agir devido a diferentes origens, formações distintas, conjunturas diversas (sociais, tecnológicas, de mercado, entre tantas). Podem, contudo, trabalhar em conjunto, associando ações e complementando conhecimentos.

Produtos, ações e decisões de design gráfico, design digital, design de produtos, design de moda e design de ambientes são observados como necessidades do artesanato. O design da informação e o design instrucional trabalham para a realização eficaz das atividades artesanais e a construção de produtos competentes, promovendo comunicação e aprendizado com os artesãos e com os consumidores.

A gestão do design sistematiza e adapta a cultura do design para o contexto específico da produção artesanal, permitindo a atuação de suas diversas habilitações, a implantação de suas ações e o desenvolvimento de seus projetos. Também promove a incorporação de alguns conhecimentos importantes, o desenvolvimento e exploração de competências, a orientação e instrumentalização dos artesãos.

Por fim, os fundamentos, elementos compositivos e metodologias do design são estratégicos para promover o processo comunicativo; atingir as metas produtivas; desenvolver com maior eficácia as ações e gerar artefatos mais qualificados e interessantes. Esses mesmos componentes podem trabalhar como orientadores e ferramentas para o gestor de design apresentar e consolidar o próprio sistema de gestão no processo produtivo artesanal.



CAPÍTULO 04
PROGRAMAS DE INTERVENÇÃO

1 História

As diversas mudanças produtivas na História permitiram a existência de artefatos de caracteres variados. Os diferentes contextos desenvolvem necessidades e desejos diferentes, permitindo distintos níveis temporais e mutáveis de valorização e de trabalho das variadas características dos produtos (da estética, forma e matéria-prima ao simbolismo, autoria e personalidade).

Compreendendo as práticas culturais como dinâmicas e mutáveis, as atividades artesanais devem se adaptar ao contexto contemporâneo. As transformações permitem ao artesanato se revalorizar, recolocar-se e se adaptar. Também o possibilita se sociabilizar com os produtos industriais e produtos digitais e participar de múltiplos mercados. Como estratégia de ação, a intervenção de design em comunidades artesanais se apresenta com uma possibilidade eficaz de orientação dessas mudanças.

Segundo Borges (2011), o design despertou para o trabalho com o artesanato na década de 80, com a liberdade e o florescimento cultural pós ditadura militar. As ações buscavam a revitalização do artesanato com a preservação das técnicas tradicionais e a introdução de novos conceitos nos artefatos. Essas iniciativas foram desenvolvidas primeiramente por pessoas individuais (como Renato Imbroisi e Janete Costa), logo por grupos (como a COOPA-Roca: Cooperativa da Favela da Rocinha) e finalmente por instituições acadêmicas (como UFCG, na época UFP). Com a solidificação das intervenções, algumas instituições começaram a atuar ativamente, como o SEBRAE. Na atualidade, diversos programas de intervenção de design atuam em muitas comunidades produtivas, estruturados com objetivos, áreas, ações e metodologias específicas.

2 As principais ações das intervenções

Para minimizar os problemas do artesanato e atender às necessidades e interesses de suas comunidades produtivas, múltiplas ações são implantadas por diversos atores, projetos e programas de intervenção de design. Elas são desenvolvidas pelo design, direcionando-se principalmente para: (1) produto, (2) produção, (3) identidade, (4) comercialização; (5) promoção e (6) outros.

Com base em pesquisa bibliográfica e documental, algumas ações e resultados de vários programas de intervenção são apresentados para a caracterização geral e melhor compreensão do alcance, profundidade e relevância das propostas, projetos e ações que vem sendo desenvolvidos. Não houve avaliação crítica da adequabilidade deles ao contexto do artesanato e de sua eficiência enquanto proposta de mudança.

Produtos

Produtos com problemas funcionais, estéticos e simbólicos são observados nas comunidades artesanais. O principal direcionamento das ações dos programas de design está na qualificação dos artefatos. Características consolidadas e acabamento com maestria são preocupações constantes.

Adaptações dos produtos aos interesses (como disposição de compra - preço e estética) e às necessidades (como função e transporte) do mercado são estratégias de ação para aumento das vendas e do interesse nos mesmos. Os bordados meia-noite da Ilha do Ferro - AI (BORGES, 2013, p.75), após a intervenção de uma designer, começou a ser aplicado apenas em áreas delimitadas das peças e não em seu todo, pois o trabalho e o preço de mercado não eram equilibrados (barateando o produto e construindo uma nova estética). Também a construção de peças desmontáveis dos barquinhos de Miriti-PA (BORGES, 2013, p.75) facilitou e tornou eficiente seu transporte.

Outra mudança implementada é o ajustamento dos produtos a novas aplicações para maior variedade e diferenciação dos produtos ou melhor adequação das técnicas. Almeida (2010) por meio de um projeto da UFRN realizou no Núcleo de Produção Artesanal da Vila de Ponta Negra - Natal/RN (cooperativa informal de rendeiras de bilro) capacitações para o desenvolvimento de novas aplicações para a Renda de Bilro.

A incorporação de novos acabamentos e novas características (como cores e materiais) aos produtos artesanais são táticas empregadas para melhorar, diversificar e diferenciar os artefatos artesanais. Também trabalham para a criação de identidade e agregação de valor. O Imaginário¹⁹ (ANDRADE; CAVALCANTI, 2006, p.96) implantou no grupo Cestaria Cana Brava da comunidade de Ponta de Pedra - Goiana/PE o tingimento das fibras, substituindo o verniz que as descaracterizava e não as variava em cores.

O conceito de linha ou coleção vem sendo inserido pelos programas. A definição de produtos focados em um segmento de mercado (por exemplo, linha de cama, mesa e banho) e/ou desenvolvidos com características específicas (por exemplo, com temas particulares: cangaço, flores, etc) direcionam a produção, agregam valor e diversificam os artefatos. O SEBRAE - PE introduziu a prática de criação de coleções no grupo Mulheres de Argila do Alto do Moura - Caruaru/PE que desenvolvem seus grupos de produtos inspirados em artesãos e moradores locais (como Dona Ernestina, falecida artesã de panelinhas de barro).

¹⁹ Projeto de Extensão da UFPE - caracterizado e discutido adiante.

A padronização de características em alguns tipos de produtos artesanais é importante para sua funcionalidade e estética. Em determinados contextos é exigido a uniformidade de predicados para:

- a competência de ação dos artefatos quando aplicados em produtos também com propriedades padronizadas (como tamanho e largura de lençóis adequados ao tipo de colchão);
- maior eficácia de comercialização e melhor conhecimento do produto (como tamanho de roupas - características esperadas e encontradas);
- melhor composição estética (como o tamanho dos jogos americanos - harmonização e conjunto), entre tantas razões;
- uma melhor organização e gestão produtiva (nível de compra e estoque);
- o processo comercial (determinação mais concreta de custos e preços).

Produção

Postos de trabalho inadequados (ambiente, mobiliários e equipamentos) e processos produtivos ineficazes são problemas bastante comuns em atividades artesanais. Assim, sistemas produtivos eficientes, com pouca perda ou defeito nos produtos e geração mínima de resíduos, é o ideal procurado.

Mudanças ferramentais, como a construção ou definição (compra) de aparelhagem mais apropriadas, são propostas definidas e implantadas. Estas, além de desenvolverem uma produção mais eficaz, proporcionam maior conforto e segurança aos artesãos. O Imaginário²⁰ (ANDRADE; CAVALCANTI, 2006, p.96) desenvolveu para as olarias do Cabo de Santo Agostinho um novo torno para melhoramento postural dos artesãos e substituiu a queima por combustão das cerâmicas pelo forno a gás para um maior controle do processo e uma maior temperatura (necessária à cerâmica).

A organização de ambiente específico para a produção também é desenvolvida, pois torna mais eficaz a produção, quando direciona as ações apenas para ela, profissionalizando-a. Do mesmo modo, concentra toda a estrutura (equipamentos, ferramentas, materiais e recursos humanos) necessária para construção dos artefatos. Igualmente pode se transformar em ponto sociocultural e de interesse turístico. França (2005) apresenta o projeto da COOPER-TEXTIL de Pará de Minas - MG²¹ que, entre outras ações, estruturou o ambiente de produção da Oficina Comunitária de Tecelagem

²⁰ Projeto de Extensão da UFPE - caracterizado e discutido adiante.

²¹ Resultado de um programa municipal da prefeitura de Salvador integrante do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (PETI).

Artesanal (oficina-escola) e orientou as Unidades Domésticas (ateliers particulares de apoio à oficina-escola).

Introdução de novas ou aperfeiçoamento de técnicas são táticas frequentes. Elas incrementam o artesanato tanto processualmente (adequação produtiva) como estético-simbólica (novos conceitos). Almeida, Dantas e Guimarães (2008) apresentam o projeto do SEBRAE e da UFCG de intervenção do design na Associação dos Moradores de Carnaúba dos Dantas - RN (artefatos em crochê) cuja proposta foi o desenvolvimento de novos produtos com base na técnica de "crochê tridimensional", aperfeiçoada pela designer responsável pelo programa.

Novos ou reorganização de processos, enquanto metodologias e fases, são orientações apresentadas continuamente. As mudanças processuais buscam a qualificação tanto da geração dos conceitos (o projeto) como da fabricação dos artefatos. Medeiros et al (2006) citam a atuação do projeto Arte Nossa²² na cooperativa de artesãos de Guaraqueçaba – PR que por meio de oficinas apresentaram e trabalharam a metodologia de criação do design (iconografia, planejamento, possibilidades e fabricação) para posterior incorporação na atividade da comunidade.

Identidade

A *culturalidade*, *territorialidade*, *personalidade* (assinatura) são características da natureza do artesanato. Contudo, estas propriedades vêm sendo perdidas em algumas atividades.

A identidade é expressa tanto por componentes concretos (como matéria-prima) como pelas características imateriais (símbolos e linguagem) da comunidade. Ela diferencia os artefatos, localiza e os contextualiza, conta sua história, agrega ainda mais valor. A construção da identidade é uma das ações mais desenvolvidas pelos programas intervencionistas de design em comunidade artesanais através de duas principais vertentes: identidade visual (marca) e propriedades dos artefatos.

A constituição da identidade visual (marca) e suas aplicações (como embalagem, etiquetas, catálogos) do grupo/comunidade são ações desenvolvidas. Elas indicam a origem dos artefatos. Expressam seus valores, apresentam os conceitos envolvidos e como aponta Borges (2011, p.119), "serve como um atestado de procedência". O programa Muriki²³ com os alunos do curso de design gráfico da UEMG

²² Projeto coordenado pelo Programa de Voluntariado Paranaense (Provopar) – Ação Social / PR com o objetivo de fortalecer o setor artesanal de Guaraqueçaba.

²³ Programa de promoção e inclusão da criança e do adolescente com deficiência na comunidade, desenvolvido por instituições da sociedade civil em parceria com a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte.

(FREITAS, 2011, p.199-201) criou a identidade visual (logomarca, papelaria, camisetas, entre outros) do Grupo Pitangaporã²⁴.

O emprego de matérias-primas locais cria identidade ao apresentar as características naturais ou materiais disponíveis na comunidade. Também é uma ação sustentável economicamente (ao estar mais disponível ou ser de mais fácil acesso) e ambientalmente (quando trabalha com resíduos). Os acessórios de capim dourado do Jalapão (TO) são exemplos do emprego de matéria-prima local para o desenvolvimento de artefatos artesanais com representação regional. Vasconcelos, Leal e Pinto (2009) desenvolveram com a comunidade artesanal Grupo Argila novos produtos com a combinação de matérias-primas procedentes da região (couro de Cabaceiras, algodão colorido de Campina Grande (PB), sisal da comunidade de Massabiéle em Esperança (PE)) para agregação de valor (união da "culturalidade" com tendências de mercado).

A simbologia (folclore, manifestações culturais, características artísticas e arquitetônicas, aspectos naturais e sistema linguísticos) representa a comunidade produtora. Ela indica os temas a serem expressos nos artefatos e os elementos visuais (formas, cores, texturas, entre outros) a serem empregados para a caracterização dos mesmos. O Laboratório Piracema de Design²⁵ (BORGES, 2013, p.107) gerou com a comunidade de Inhamuns (CE) artefatos (toalhas, jogos americanos e almofadas) com simbologias da região (por exemplo, vegetação e fachadas das casas).

Comercialização e Promoção

A comercialização e promoção ineficientes de seus artefatos e de suas atividades são problemas significativos da maioria das comunidades artesanais. A intermediação de vendas, ambientes de exposição e comercialização pouco atrativos, a desvalorização e ainda o desconhecimento dos produtos artesanais, entre outros, desestimulam a prática do artesanato. Assim, algumas ações para a minimização destes problemas são inseridas por muitos programas de design para o artesanato.

Canais de venda direta com os artesãos são organizados. A transformação das oficinas e associações em ambiente para comercialização dos produtos, como também em pontos de interesse turístico, contribuí e estrutura o sistema de negócio. A participação em feiras auxilia as transações comerciais, divulga os produtos e as comunidades e os grupos artesanais.

Compostos promocionais (como folders, catálogos e panfletos) para apresentar, divulgar e valorizar os artefatos e as atividades artesanais são constantemente criados

²⁴ Projeto integrado ao Programa Muriki.

²⁵ Escritório de Design em São Paulo que desenvolve projetos também com comunidades artesanais.

nos programas. O Imaginário²⁶ desenvolveu em Tracunhaem - PE (ANDRADE; CAVALCANTI, 2006, p.70), comunidade com grande produção artesanal em barro (utilitária e figurativa), o roteiro do barro com folder de divulgação (com o mapeamento das oficinas, olarias e pontos turísticos) e sinalização (placas indicativas das oficinas) para maior visibilidade da produção e orientação turística.

Sistemas de expositores adequados ao tipo de artesanato. Sites e exposições igualmente são desenvolvidos para promovê-los. O projeto de extensão da UFPE Birô de Design do Agreste e intervenção no Alto do Moura desenvolveu para os artesãos do barro do Alto do Moura - Caruaru/PE um site de divulgação e um sistema versátil de expositores modelos.

Outros

Algumas estratégias de caráter geral compõem os programas de intervenção. Estas possuem funções específicas (desenvolvimento de competências, orientação, cooperação) mas são trabalhadas com múltiplos contextos.

A implantação de muitas das propostas é iniciada por meio de capacitações. O grande foco destas é a habilitação dos artesãos para a autonomia no planejamento e desenvolvimento de produtos. Outros conteúdos de diferentes áreas também são trabalhados: técnicas de criatividade, fundamentos e elementos do design (principalmente, cores e metodologia de criação), formação de preços, iconografia, novas técnicas, entre tantos. O projeto Minas Raízes²⁷ desenvolveu em Nova Lima - MG, como apontam Rios et al (2010), um programa de capacitação com oficina de conceituação e palestras sobre Metodologia do Design e Processos Criativos.

Associativismo e cooperativismo são conceitos bastante trabalhados pelos programas. A formalização dos grupos de artesãos em associações ou cooperativas é estimulada, orientada e desenvolvida. Esta estratégia se justifica pois, como aponta o SEBRAE (2010), essas organizações produzem grandes benfeitorias (de qualidade e competitividade) como a redução de custos, aumento da escala produtiva, trabalho coletivo, variedade de produtos, múltiplas habilidades e perfis de artesãos, entre outras. O Artesol²⁸ junto com diversos artesãos construiu nos municípios de Araci e Valente - BA a COOPERAFIS (Cooperativa Regional de Artesãs Fibras do Sertão), cooperativa de caráter regional com a participação de 05 comunidades diferentes da região sisaleira.

²⁶ Projeto de Extensão da UFPE - caracterizado e discutido adiante.

²⁷ Programa mineiro de capacitação em produção artesanal com design vinculado a UEMG.

²⁸ Programa do Artesanato Solidários, uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), direcionado para artesanato de tradição - caracterizado e discutido adiante.

A articulação de parcerias são ações estratégicas desenvolvidas. Ela busca não só a cooperação para a realização dos próprios projetos de intervenção (como disponibilização de espaço, deslocamento e alimentação) mas principalmente para o melhoramento das atividades artesanais e para a ampliação do artesanato no mercado. Participação em eventos (como a disponibilização de estandes em Feiras), espaços para comercialização, espaços para produção, entre outros, são benefícios destas parcerias. O projeto de extensão da UFPE com o grupo Arte Calango de Barra do Riachão - São Joaquim do Monte/PE gerou parceria (a) com a prefeitura que cedeu o antigo mercado público de peixe para o grupo produzir e se reunir; e também com o (b) CONDEPE-FIDEM (órgão governamental) que financia estandes na FENEARTE.

E como tática de controle de atributos são definidos e implantados critérios de qualidade. Estes são propriedades exigidas e indispensáveis para cada produto, tendo tanto caráter funcional (execução das ações) como estético (principalmente envolvendo acabamento). Esses parâmetros devem ser observados em cada um dos artefatos produzidos para a comprovação de suas características ou detecção de problemas.

3 Alguns Programas de Intervenção de Comunidades Artesanais

Diversos são os fatores atuantes no contexto das culturas populares. Variados são os programas direcionados para as comunidades produtivas artesanais destas culturas buscando inclusão social, geração de emprego e renda, ampliação de mercado, qualificação dos produtos e processos, entre outros.

Os programas visam o desenvolvimento e a revalorização do artesanato por meio do fomento, planejamento e execução de projetos e ações. Cada um se caracteriza por sistemas de atuação próprios, trabalhando de forma individual ou em cooperação. Dentre tantos, essa pesquisa destaca quatro programas como referência de competência: (1) Programa do Artesanato Brasileiro; (2) Artesol; (3) Programa SEBRAE de Artesanato; e (4) O Imaginário. Eles são apresentados com base em pesquisa documental em projetos e relatórios oficiais.

3.1 Programa do Artesanato Brasileiro (PAB) - desde 1991

O PAB é um programa vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC e Secretaria de Comércio e Serviços) constituído pelo Decreto nº 1.508, de 31 de maio de 1995. É componente do Plano Brasil Maior, plano direcionado aos pequenos negócios para maior e melhor desenvolvimento do seu potencial diante das vocações e oportunidades locais.

O programa trabalha em parceria com órgãos dos governos federal, estadual e municipal e entidades representativas do segmento artesanal para e na concepção de políticas públicas direcionados para o artesanato. A funcionalidade do programa é desenvolvido em coordenações estaduais responsáveis pelas ações de intervenção e execução (em Pernambuco essa coordenadoria é de responsabilidade da Agência Desenvolvimento do Estado de Pernambuco - ADDIPER).

Conceitua artesanato como toda produção com predominância manual, envolvente de criatividade e habilidade, cujos produtos e processos possuem expressão simbólica e identidade cultural. Compreende-o, por tanto, como uma grande expressão sociocultural e um representante da capacidade criativa, "possuindo variações e características peculiares conforme o ambiente e a cultura regional" (PAD, 2012, p.09).

Considera artesão o trabalhador de ofício manual com domínio técnico dos materiais, ferramentas e ações, com participação em todo o processo de produção. Diferencia-o do trabalhador manual (apenas executor de ações manuais padronizadas) e do artista popular (criação original com função de expressão e não comercial).

Assim sendo, percebe sua importância cultural, econômica e social através da sua capacidade de narração histórica, geração de renda, formação de oportunidades de trabalho, inclusão social, potencialização de vocações, desenvolvimento da autoestima.

Missão - função

Fomentar, coordenar e desenvolver ações para a qualificação e a valorização dos produtos artesanais e para o desenvolvimento dos empreendimentos artesanais.

Objetivo - finalidade

Criar oportunidades de trabalho, gerar renda e progredir cultural, profissional, social e economicamente os artesãos brasileiros.

Visão - estado futuro

Consolidar o artesanato brasileiro enquanto setor econômico para o desenvolvimento de suas comunidades.

Metodologia

Não há uma metodologia fixa. Essa depende do projeto construído com base no contexto a ser trabalhado e nos executores dos projetos.

Eixos de atuação

As ações do PAB se organizam em 05 campos principais:

Gestão

Foca em projetos direcionados para o compartilhamento e o aperfeiçoamento dos conhecimentos e ações envolvidos na gestão de processos e produtos.

Desenvolvimento

Visa projetos que buscam a maior participação do artesanato no mercado nacional e internacional através de ações para o aumento da competitividade dos produtos e desenvolvimento da capacidade empreendedora das comunidades produtivas artesanais.

Promoção comercial

Busca projetos para a definição de ambientes estratégicos para a comercialização e difusão do artesanato e a participação em eventos como feiras, mostras, entre tantos.

A participação em eventos permite a definição de mercados, a identificação de tendências, a construção de contatos, a venda direta ou por pedido e, principalmente, a promoção de produtos. O engajamento em algum evento nacional depende do interesse das coordenações estaduais (em eventos nacionais é exigida a adesão formalizada de 50% + 01 das coordenações) enquanto em eventos regionais, o coordenador local deve recomendar e indicar a participação de outros Estados. A indicação dos expositores também é de responsabilidade das coordenações estaduais com base na adequação dos produtos às características do evento, havendo rodízio nas participações.

Nesse eixo, o programa loca espaços com mobiliados com computador, internet e impressora. Além disso, tem o compromisso com a distribuição dos espaços (decidida por meio de sorteio); o projeto de montagem e identificação; a indicação e convite dos responsáveis pelo estande (geralmente os coordenadores estaduais); a informação dos expositores para a organização do evento; e o registro da presença dos artesãos como expositores para o controle do rodízio das participações.

Estruturação de núcleos

Trabalha com projetos de grupos formalizados de artesanato (associações, cooperativas ou microempreendedor individual) na busca do aperfeiçoamento dos sistemas de gestão e produção da atividade artesanal através de espaços físicos adequados.

Cadastro

Desenvolve o mapeamento e a caracterização do artesanato e de suas comunidades e grupos produtivos com o cadastramento dos artesãos no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB). Com isso, institui a Carteira Nacional do

Artesão emitidas pelas Coordenações Estaduais em acordo com SICAB. Esta, com validade de 04 anos, é indispensável para a participação em qualquer ação do PAB.

Para a inscrição e revalidação da carteirinha no SICAB é necessário:

- ser brasileiro ou estrangeiro regularizado;
- residir no Estado do cadastro;
- ter idade igual ou maior de 16 anos;
- apresentar 02 peças prontas de cada matéria-prima e/ou técnica a ser cadastrada;
- desenvolver uma peça artesanal em todas as suas fases por matéria-prima e/ou técnica cadastrada sob a supervisão da Coordenação Estadual;
- ter avaliação, categorização e registro das peças em acordo com a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro por um componente da Coordenação Estadual com habilitação técnica ou por uma comissão.

Ações principais

Suas ações são estruturadas com base em parâmetros e diretrizes: (a) potencialização de vocações; (b) preservação das culturas locais; (c) mentalidade empreendedora; (d) profissionalização; (e) sustentabilidade. Como ações principais se destacam:

1. Capacitação de Artesãos e Multiplicadores;
2. Beneficiamento de gestão;
3. Desenvolvimento produtivo;
4. Estruturação comercial;
5. Participação em feiras, mostras e eventos;
6. Estruturação Produtiva;
7. Formalização de grupos e artesãos individuais.

O processo de participação

Para a participação no programa tanto o projeto quanto a instituição promotora devem ser cadastrados no SICONV (Portal de Convênios do Governo Federal). As instituições devem apresentar experiência comprovada em metodologias e processos de capacitação (treinamento, formação e tutoria) direcionadas às atividades artesanais ou no desenvolvimento de competências no geral.

Os projetos podem se caracterizar como propostas focadas nas demandas específicas das coordenações estaduais; em sistemas metodológicos inovadores; e na produção e gestão das atividades. A prioridade dos projetos está no direcionamento destes para Municípios com menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).

Todos os projetos são analisados pela coordenação estadual. Com base na relevância e importância do projeto para o desenvolvimento local, ela indica a competência do projeto à coordenação nacional ou o rejeita.

3.1.1 Reflexão do programa

O PAB percebe o artesanato como uma expressão cultural mas também como um atividade produtiva, integrando duas dimensões em seu conceito: (a) simbólica e (b) ativa. Por tanto, qualifica o artesanato como uma mensagem e um produto derivados de decisões produtivas e do contexto do artesanato.

Exige do artesão executar todas as fases da produção, proporcionando a compreensão do processo como um todo (características, exigências e dificuldades) e a identidade de autoria. Ambos são fatores importantes tanto para o planejamento e o desenvolvimento da atividade produtiva como para diferenciar, estilizar e conceituar (enquanto artesanato) os artefatos.

Sua flexibilização metodológica possibilita ao mesmo tempo maior experimentação e melhor adequação dos processos de trabalho nas propostas de intervenção em comunidades artesanais. Entretanto, permite também o desenvolvimento de projetos sem unidade com atividades com base em diferentes abordagens e múltiplos parâmetros, dificultando a avaliação e a comparação dos resultados e ações, principalmente em contexto nacional.

Seus eixos de atuação trabalham principalmente na organização e desenvolvimento da estrutura do negócio do artesanato como gestão, empreendedorismo e comercialização. Esta é assinalada com uma dificuldade significativa das comunidades, portanto, a estruturação de sistemas de comercialização (como a participação em feiras e a organização de espaços) destaca-se como objetivo básico. O foco desconcentrado na produção em si (qualificação e expressão de produtos e processos) enfraquece a força dos projetos pois eles representam a origem e o alicerce da atividade.

A formalização e a cooperação são estimuladas nos projetos. Estas são estratégias eficazes pois permitem ao mesmo tempo o compartilhamento de benefícios e divide obrigações.

A preocupação com e a importância concedida ao contexto e às habilidades locais do programa são táticas fundamentais para a concretização e o desenvolvimento

dos projetos. Elas direcionam melhor e conformam mais as ações às necessidades e aos problemas das comunidades artesanais.

3.2 Programa Artesanato Solidário: Artesol - desde 1998

O Programa Artesanato Solidário foi concebido em 1998 como um programa social vinculado ao Ministério da Cultura (MinC) por meio do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP) para o combate à pobreza em regiões castigadas pela seca. A partir de 2002 se transformou em uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP²⁹), a ARTESOL, gerida pelo Conselho da Comunidade Solidária composto pelo SEBRAE, SUDENE, Caixa Econômica Federal e pelo CNFCP.

Desde 2008, o ARTESOL se tornou Pontão de Cultura³⁰ e integra a rede da Secretaria de Programas e Projetos Culturais do Ministério da Cultura. Neste âmbito, estimula e desenvolve sistemas e estruturas para o intercâmbio de conhecimentos e experiências entre esses atores com a articulação entre pontos de cultura e grupos produtivos artesanais, através principalmente do portal (www.artesol.org.br/portal). Além disso, disponibiliza informações sobre o patrimônio cultural do Brasil (como o artesanato) e desenvolve atividades lúdicas sobre artesanato em sistemas de ensino públicos e privados. Trabalha principalmente com áreas com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) focando projetos e ações em atividades artesanais.

Compreende o artesanato tanto com um produto com um processo. O artefato artesanal não se constitui apenas pelas suas características físicas, mas também pelos processos desenvolvidos. É um saber-fazer, uma referência cultural, um patrimônio cultural intangível.

Com isso, segundo o Artesol:

Esse processo artesanal tem, no âmbito das relações entre produto e produtor, uma dimensão social (que se reflete nos modos de vida de quem os produz); uma dimensão pedagógica (que se materializa nos saberes que se difundem e no conhecimento integral do saber-fazer); uma dimensão simbólica (que se externaliza no produto como bem cultural); uma dimensão econômica (que se concretiza nas trocas, quando o artesanato é alçado à categoria de mercadoria).³¹

Missão - finalidade

²⁹ Qualificação dada pelo Ministério da Justiça para ONGs criadas por iniciativa privada que podem se tornar parceiras do poder público com a utilização de recursos públicos na execução de suas ações e dividindo o encargo administrativo e de prestação de contas.

³⁰ Programa instrumento gerido por instituições públicas ou privadas para intercâmbio e difusão da cultura.

³¹ em www.artesol.org.br/site/artesanato-de-tradicao/

"Salvaguardar e disseminar o artesanato de tradição enquanto patrimônio cultural brasileiro, promovendo a autonomia dos artesãos detentores do saber e o desenvolvimento cultural, social e econômico das comunidades."³²

Objetivos³³ - funções

- Promover o artesanato de tradição como patrimônio cultural;
- Apoiar os processos de requalificação do objeto artesanal brasileiro;
- Estimular a formação continuada dos artesãos;
- Promover o fortalecimento das associações, apoiando-as em seus processos de sustentabilidade;
- Articular os agentes que atuam em diferentes frentes no setor, em nível nacional e internacional.

Metodologia

Sua metodologia de ação se constitui em uma tecnologia social pois se estrutura em ações sociais focadas em ativos locais e na valorização do saber-fazer. Apresenta o planejamento, o acompanhamento e a avaliação como ações indispensáveis.

Trabalha seus projetos em 04 fases principais: (1) diagnóstico; (2) plano de trabalho - elaboração; (3) plano de trabalho - implementação; (4) avaliação permanente. Através de instrumentos próprios é contextualizada a comunidade identificando suas necessidades e suas particularidades. Diante destas informações é desenvolvido o plano de trabalho com ações visando o atendimento das deficiências e dificuldades da comunidade. Em sequência, é implementado este plano com capacitações *in loco* e visitas técnicas. Por fim, avaliações das ações são permanentemente realizadas.

Áreas de concentração

A nova estrutura conceitual da atuação da Artesol em 2009 organiza suas ações em três dimensões: (1) cultural; (2) educativa; e (3) econômica. Esses três programas podem ser desenvolvidos individualmente ou de forma integrada.

O programa cultural

Vinculado ao campo do Pontão de Cultura, visa as identidades culturais e o artesanato de tradição com ações direcionadas para o resgate e a preservação dos saberes e

³² em www.artesol.org.br/site/institucional

³³ em www.artesol.org.br/site/institucional

fazeress dessas atividades tanto por atividades socioeducativas como por projetos de divulgação e exposição.

O programa educativo

Dirige suas ações para a formação e capacitação técnica dos artesãos com base no desenvolvimento comunitário e no trabalho coletivo a partir de grupos sociais de convivência. Suas ações são desenvolvidas com políticas emancipatórias visando o protagonismo dos artesãos.

O programa econômico

Foca a geração de renda e as oportunidades de negócio do artesanato. As suas ações são direcionadas para a comercialização, com base no princípio do comércio justo, através do desenvolvimento de projetos de fortalecimento e sistemas de divulgação (como site, catálogos, etiquetas, mídia, showroom, eventos). Além disso, trabalha também com a "mediação das negociações cliente-artesão e da formação de redes de relacionamento para estabelecer parcerias e alianças comerciais³⁴".

Ações principais

As ações desenvolvidas pela Artesol se fundamentam em 05 princípios: (a) valorização e respeito às identidades culturais e aos conhecimentos locais; (b) responsabilidade socioambiental; (c) comércio justo; (d) independência e (e) sustentabilidade. Trabalha, portanto, para a construção de protagonismo, autossuficiência e autonomia; para a transferência de conhecimento; para o compromisso socioambiental.

As ações básicas dos projetos e consultorias do Artesol são:

- Mapeamento dos processos de produção artesanal;
- Diagnóstico (necessidades e problemas);
- Articulação e consolidação de parcerias locais;
- Oficinas de capacitação;
- Melhoria do espaço de produção;
- Estratégias de comercialização.

As capacitações se caracterizam com 08 assuntos básicos: (a) identidade cultural, (b) associativismo e trabalho coletivo; (c) gestão administrativa e financeira; (d) gestão da produção; (e) desenvolvimento de produto (melhoramento e inovação); (f)

³⁴ em www.artesol.org.br/site/programas/

sustentabilidade de matéria-prima; (g) comércio justo; (h) formação de preços; (i) mercado; (j) comunicação estratégica (como gestão de sistema de identidade e criação de materiais promocionais).

Participação

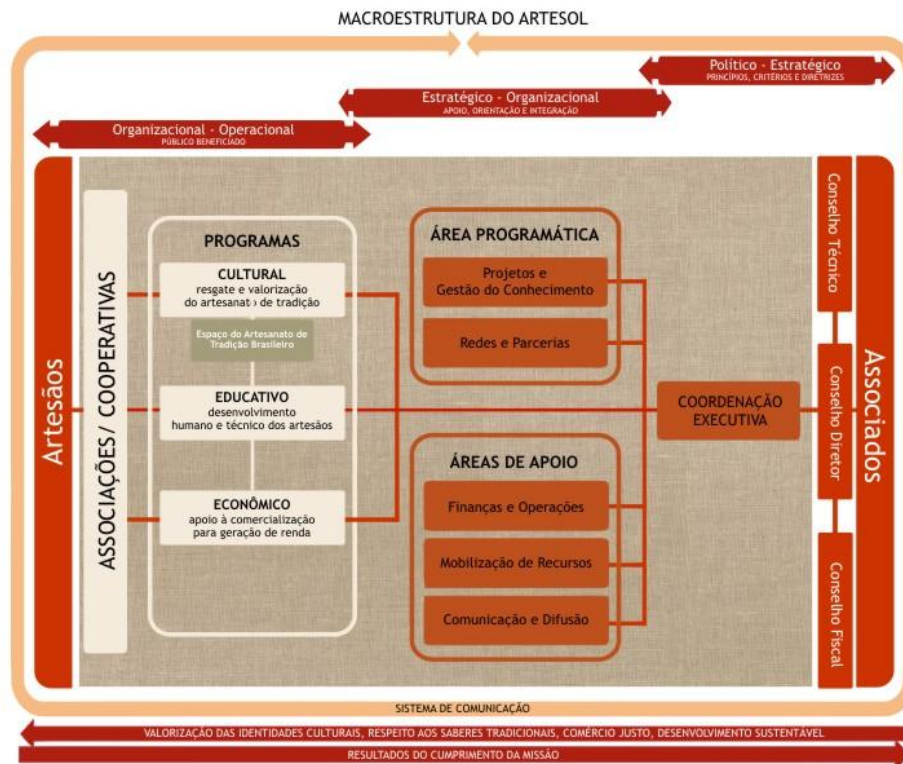
As ações da Artesol são desenvolvidas pelos integrantes da própria instituição e por parceiros. A participação externa se estabelece por parcerias em 06 modalidades.

Para as pessoas jurídicas são 04 possibilidades: (a) parceiro financiador (disponibilização de recursos - valor total); (b) parceiro cofinanciador (disponibilização de recursos - valor parcial); (c) parceiro institucional (suporte técnico e operacional dos projetos - comunicação, fotografia, design gráfico, ilustração, eventos, galeria de arte, informática, consultoria); (d) parceiro apoiador (colaboração técnica - operacional, tática, técnica, estratégica). As pessoas físicas também trabalham nos projetos parceiros como mantenedores (recursos financeiros) e voluntários (participação ativa).

Estrutura

As atividades do Artesol são concentradas em e para os artesãos e seu artesanato. Os programas, áreas programáticas e de apoio, coordenação, conselheiros e associados trabalham para a valorização, desenvolvimento e promoção deles. A figura 78, esquematiza essa sinergia.

Figura 78: Macroestrutura da Artesol.



Fonte: <http://www.artesol.org.br/site/estrutura/>

3.2.1 Reflexão do programa

O Artesol interpreta o artesanato igualmente como bens materiais e imateriais. Percebe, portanto, a importância e a função das características físicas e da aplicabilidade (enquanto produtos), das qualidades conceituais (enquanto mensagem) e das ações (enquanto processos) desenvolvidas como manifestação cultural, expressão social, conhecimento e produto.

Tem o artesanato de tradição como objeto de ação principal, devido a sua grande expressividade sociocultural e histórica. Essa predominância modera sua atuação e supervaloriza um perfil de artesanato. Contudo, trabalha com uma classe de produção artesanal em extinção, ou pelo menos, enfraquecida enquanto técnica produtiva.

Sua metodologia, mesmo pouco detalhada, estabelece fases construtoras de artefatos orientadores e descritivos: diagnóstico (necessidades e problemas), plano (ações previstas), relatório (ações realizadas) e avaliação. Constitui-se com ações básicas e indispensáveis para a construção e concretização de projetos em comunidades artesanais: planejar, acompanhar e avaliar. E quando prioriza a participação de atores locais estabelece maior interação, comprometimento e motivação da comunidade.

Seus eixos de atuação são ao mesmo tempo titularmente abrangentes (áreas básicas: cultura, educação e economia) mas estreitamente focados (identidade - motivação e promoção; capacitação - autonomia; negócio - renda). Eles são pontos significativamente problemáticos e trabalhados por muitos programas e projetos (principalmente a identidade pois é expressão cultural e também estabelece diferenciação, contextualização e autoria).

Suas ações são desenvolvidas pelos conceitos de identidade (protagonismo), responsabilidade (sustentabilidade socioambiental e da atividade), ética (comércio justo), coletividade e independência (autonomia e autossuficiência). A capacitação é a principal estratégia para o desenvolvimento de habilidades, o aperfeiçoamento de ações, a construção de conhecimentos e a implantação de mudanças.

3.3 O Programa SEBRAE de Artesanato – desde 1997

O Programa SEBRAE de Artesanato é um dos diversos programas de responsabilidade do SEBRAE, instituição com a missão de “promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas” (SEBRAE, 2004, p.13). Ele foi desenvolvido em consequência de uma nova visão da instituição sobre seu objeto de ação “o empresário no ambiente e a empresa no território”³⁵, trabalhado em 02 contextos: setorial (direcionado às cadeias produtivas) e local (focada no capital social e humano).

O SEBRAE caracteriza o artesanato como uma atividade produtiva que desenvolve produtos semelhantes mas com diferenciação pela produção regular e em pequena escala. Também observa seu comprometimento com o mercado e a motivação produtiva dos seus artefatos como derivada de necessidades.

As atividades artesanais possuem grande significado cultural ao serem manifestações simbólicas e ao preservarem e consolidarem a identidade regional com o resgate cultural. Sua força econômica se estabelece quando a produção artesanal é construída por muitas comunidades e grupos, desenvolve movimentação financeira, seus produtos são uma interface para o turismo, entre outros. Seu papel social também é destacado quando promovem a inclusão social com a geração de ocupação e renda, com a não exigência de qualificação formal, “posicionando-se como um dos eixos estratégicos de valorização e desenvolvimento dos territórios.” (SEBRAE, 2004, p.13).

Missão - finalidade

“Contribuir para o desenvolvimento sustentável do setor artesanal como estratégia de promoção cultural, econômica e social dos territórios.” (SEBRAE, 2004, p.15)

³⁵ SEBRAE, 2004, p.12.

Objetivos - funções

"Fomentar o artesanato de forma integrada" (SEBRAE, 2004, p.16) por meio da:

- construção de contextos apropriados para o desenvolvimento de micro e pequenas empresas/negócios artesanais;
- preservação de identidade cultural das comunidades;
- formalização do setor;
- criação e fortalecimento de associações e cooperativas;
- educação empreendedora;
- disponibilização e socialização de informações e conhecimentos;
- participação efetiva do artesanato na produção nacional.

Metodologia

Os projetos em seu âmbito geral se caracterizam essencialmente por uma gestão sistêmica. Envolve, portanto, ações de planejamento, execução e monitoramento.

O processo de planejamento abrange pesquisa de mercado para a identificação das ofertas e demandas e o dimensionamento dos recursos necessários (financeiros, materiais, humanos, técnicos e operacionais). A definição das responsabilidades e autoridades, a organização e divisão de tarefas e de funções de cada equipe são ações desta etapa.

A fase de execução representa as ações administrativas para a implantação e o desenvolvimento do programa e seus projetos. Como ações principais são apresentadas: (a) captação e gestão de recursos; (b) construção de parcerias internas e externas; e (c) aplicação da metodologia do programa (detalhada depois).

O monitoramento sistemático objetiva a conservação do nível esperado de desempenho, o acompanhamento da execução dos projetos para o cumprimento dos seus objetivos e a realização dos ajustes quando necessários. Os resultados são mensurados e avaliados. Para isso, 03 ações são apresentadas: (1) gestão da informação e do conhecimento; (2) acompanhamento e (3) avaliação.

A documentação e a sistematização das informações envolvidas (caracterização e diagnose da comunidade e da atividade produtiva, por exemplo) nos programas são construídas com base no protocolo 'Diagnóstico da Produção Artesanal' (anexo 02). O acompanhamento é realizado pela aplicação de indicadores instrumentalizados de desempenho com observação direta, autoavaliação, pesquisa de satisfação do cliente, reuniões, seminários, entre outros. E a avaliação requer a análise do desempenho e do

impacto dos programas diante dos objetivos por meio da comparação entre as metas predefinidas, os processos ocorridos e as dificuldades encontradas.

O processo de intervenção

Além do sistema básico para o desenvolvimento de suas ações gerais, o SEBRAE também trabalha com uma metodologia específica para as intervenções no artesanato. Segundo o Termo de Referência do Programa (2004), sua lógica começa e termina no mercado (SEBRAE, 2004, p.44). Caracteriza-se por 08 etapas principais, estruturadas como demonstrado na figura 79: (1) identificação e análise da demanda; (2) identificação e análise da oferta; (3) análise da concorrência, (4) melhoria e desenvolvimento de produtos; (5) melhoria e desenvolvimento de processos; (6) capacitação; (7) agregação de valor; (8) promoção e divulgação; (9) comercialização.

Figura 79: Etapas do programa de intervenção do SEBRAE.



Fonte: SEBRAE, 2004, p.44.

Fase 01: Identificação e análise da demanda

O conhecimento da demanda é uma ação importante para o desenvolvimento e a comercialização de produtos pois direciona a oferta para a superação das expectativas e das necessidades do mercado.

A pesquisa de mercado identifica os consumidores por meio de suas necessidades, costumes, gostos e preferências, segmentando o mercado de forma quantitativa e/ou qualitativa. Indica algumas características para o produto, tipologias preferenciais, períodos mais adequados à comercialização, entre tantas informações.

Com informações sobre motivação e hábitos de compra, fidelização, sazonalidade e frequência, propriedades em destaque (necessárias, exigidas e

desejadas), nível de satisfação, entre outras, organizam-se os contextos de consumo, diferenciando e caracterizando cada segmento de mercado e seus consumidores usuais e potenciais. Restrições do produto em relação a por exemplo, peso, tamanho, formato, entre tantas características, também é informação indispensável.

Para isso, como afirma o SEBRAE (2004, p.45):

Deve aferir não somente o nível de interesse e satisfação pelos produtos que estão sendo oferecidos, mas também, e principalmente, o nível de rejeição. Entender as razões porque certos produtos não são vendidos é muitas vezes mais fácil que entender o sucesso de outros. O fracasso é mais aparente, tangível, compreensível e assimilável que o êxito.

Além disso, a identificação das tendências (matérias-primas, design, funcionalidade, entre outros) e de temas, estilos ou contexto mais demandados ou em evidência (rústico, primitivo, náutico, retro e etc) igualmente orienta as decisões construtivas para o artesanato.

Fase 02: Identificação e análise da oferta

Com a demanda assinalada, a caracterização da oferta deve ser desenvolvida com a definição de suas qualidades e deficiências. Esta ação visa identificar e qualificar os produtos artesanais, seus produtores e processos (como, onde, com que e para quem).

A identificação dos artesãos deve conter informações sobre perfil socioeconômico, nível de escolaridade, condições de trabalho e morada e principalmente o grau de dedicação ao artesanato (atividade principal, atividade secundária ou terapia ocupacional). O mapeamento e cadastro dos artesãos individuais, grupos, associações e cooperativas organizam e disponibilizam essas informações.

Já com os artefatos artesanais é necessário definir as suas principais propriedades como origem, matéria-prima, aspectos visuais gerais (como cores, texturas e formas), peso, tamanho, dimensões, custo e volume de produção. São necessárias as análises do contexto social, cultural, econômico e ambiental e análise da concorrência.

A análise contextual busca o resgate e a valorização da cultura material e iconográfica do contexto do artesanato. O SEBRAE indica como elementos da pesquisa iconográfica: (a) seminário de identidade cultural; (b) pesquisa de campo; e (c) base de dados e imagens. O seminário visa a indicação por parte de seus participantes dos exemplos de referências, locais de ocorrências, acervos já desenvolvidos, memórias-vivas de sua área. Por meio da pesquisa de campo são registrados os símbolos expressivos do contexto e construído o banco de imagens. Ambos são organizados em 04 eixos: (1) arte e arquitetura; (2) artefatos; (3) folclore; e (4) fauna e flora.

Por fim, segundo os Termos de Referência (2004 e 2010), uma oferta interessante se caracteriza por:

- apresentar origem e procedência (quem produziu e em que contexto);
- ter qualidade técnica (como durabilidade, segurança no manuseio, funcionalidade, entre outras);
- apresentar qualidade estético-simbólica (significação cultural e atrativos);
- produtos integrados formando famílias ou coleções;
- artefatos com diferencial;
- integrar uma marca comercial relevante;
- estar associados a outros produtos de prestígio.

Fase 03: Análise da concorrência

A análise da concorrência trabalha com a avaliação dos diversos grupos de artesanato que competem entre si (locais, nacionais e internacionais) e os produtos industrializados mascarados como artesanato. Busca a identificação das vantagens competitivas e deficiências de cada um para a percepção das ameaças e oportunidades dentro desse contexto de mercado. Segundo o SEBRAE (2010) os segmentos com menor risco devem ser encarados como aliados e não como concorrentes.

Fase 04: Melhoria e desenvolvimento de novos produtos

Diante da demanda e da oferta, é concebido o projeto de um novo produto ou a adaptação de um artefato que já vem sendo produzido para o atendimento das necessidades e expectativas dos consumidores. A qualificação do produto envolve todos os seus aspectos, desde produtivos a visuais e funcionais (sustentabilidade, composição estética, representação simbólica, durabilidade, transporte, entre outras).

Esta ação, como afirma o SEBRAE (2004), deve ser desenvolvida em conjunto com os artesãos e não para eles. Todas as decisões devem ser baseadas no perfil dos consumidores e não em preferências pessoais.

O trabalho com linhas de produtos e coleções é citada pelo SEBRAE (2004, p.52-53) como uma estratégia eficaz de produção, de crescimento de demanda e de valorização dos produtos.

Fase 05: Melhoria e desenvolvimento de processos

A otimização da produção é fundamental para qualquer processo produtivo. Ela envolve tanto a construção de agilidade e competitividade como a adequação dos seus artefatos

ao mercado e a preocupação com a responsabilidade socioambiental. As reestruturações "devem e podem ocorrer sem descaracterizar ou se afastar dos valores tradicionais e da história particular de cada núcleo artesanal." (SEBRAE, 2004, p.53)

Este aprimoramento pode ocorrer com:

1. Substituição de matérias-primas por mais adequadas;
2. Aperfeiçoamento de postos e instrumentos de trabalho;
3. Utilização de novas ferramentas;
4. Modificações técnicas e processuais;
5. Mudanças compositivas e estéticas dos produtos;
6. Implementação de novas estratégias comerciais;
7. Outras.

Fase 06: Capacitação

Qualquer mudança, seja estrutural, processual e/ou conceitual, requer adaptações nas ações dos seus agentes, principalmente no contexto do artesanato com modos de fazer tradicionais. Entretanto, ela só é realmente incorporada quando os artesãos compreendem sua necessidade e percebem seus benefícios.

Estas transformações ocorrem principalmente com capacitação e treinamento, com encontros de sensibilização e de demonstrações. Os programas necessitam se constituir como sistêmicos, continuados, em sequência lógica, com início-meio-fim, com conteúdos interconectados e com sistema de comprovação de aprendizagem. As capacitações devem ser flexíveis (calendário e ambiente, por exemplo), adaptadas ao contexto dos artesãos, estruturadas em módulos sucessivos, com processos crescentes de construção de confiança e participação.

Fase 07: Agregação de valor

A estratégia de valoração do artesanato acontece por meio da "identidade".

"Um produto, por melhor que seja, deve vir acompanhado de algo que o contextualize, que o localize no tempo e no espaço. A informação sobre a pessoa que fez uma determinada peça, a quantidade de horas ou de dias que levou para executar esta tarefa podem ter um alto valor para quem a adquire." (SEBRAE, 2004, p.56).

Essa identidade engloba desde identidade visual, embalagens, compostos promocionais e, principalmente, a própria individualização e especificação dos artefatos.

Fase 08: Promoção mercadológica

Com os artefatos finalizados, são necessários promovê-los, apresentá-los ao mercado e estimular seu consumo. Cada grupo de artesanato exige uma estratégia de promoção diferenciada, expressiva de suas características mas adequada ao seu consumidor.

A relação entre “valor cultural” e “volume de produção” pode orientar à construção da estratégia. Ela requer o conhecimento do seu público alvo, que indicará seus elementos de interesses, os aspectos mais percebidos (que se destacam), seu discurso e aspectos visuais de atração, entre outros.

Fase 09: Comercialização

Segundo o SEBRAE (2004 e 2010) a comercialização é um dos aspectos mais problemáticos do artesanato, tanto em relação ao acesso aos mercados como ao resultado financeiro consequência da atividade de negociação. Portanto, a construção de sistemas de vendas competentes e autossustentáveis são funcionais para o desenvolvimento das atividades artesanais.

O contato direto entre produção/artesãos e mercado/consumidores é uma estratégia eficaz. É importante não só para o processo de negociação mas também para obter informações relevantes para entender e trabalhar o mercado.

Como exemplos de sistemas comerciais, são indicados: as centrais de comercialização, as redes de distribuição direta e os empreendimentos ligados ao turismo. E suas estratégias são: estratégia diferenciada (direcionadas para grupo específico de consumidores), estratégia de concentração (construídas para um segmento de mercado) e fatores comerciais (04 Ps: produto, preço, posicionamento e promoção).

Eixos de atuação

Informação

Esse eixo busca a caracterização e a avaliação do setor artesanal por meio de: (a) contextualização sociocultural, econômica e ambiental; (b) mapeamento e análise de demandas; (c) identificação e avaliação de territórios e comunidades artesanais (por meio do questionário 'Avaliação das potencialidades para seleção de APLS' - anexo 02).

Formação

Neste âmbito trabalha para a reciclagem e o treinamento dos próprios técnicos do SEBRAE, dos fornecedores³⁶ (consultores, instrutores e multiplicadores), dos artesãos e familiares como também de componentes de outros programas. Apoiar a realização de

³⁶ termo empregado pelo SEBRAE.

eventos técnicos para o compartilhamento de conhecimentos como seminários e simpósios e desenvolve intercâmbios e cooperações técnicas com instituições nacionais e internacionais. As capacitações procuram desenvolver competências em gestão e acompanhamento de projetos; gestão de processos; e comercialização de produtos.

Produção

As ações são direcionadas para inovação enquanto tecnologia, design e infraestrutura. Focam na qualificação dos produtos (intervenção de design, principalmente); na orientação da adequação e uso racional dos materiais; na eficácia dos processos produtivos; na conformação das demandas com a produção e na implantação de infraestrutura adequada.

Mercado

Este campo foca na inserção dos produtos no mercado, trabalhando com ações de agregação de valor, divulgação, promoção, distribuição e comercialização.

O processo de valorização compreende (a) identidade visual, (b) embalagens, (c) selo de procedência ou certificado de origem, (d) certificado de qualidade, (e) cumprimento de normas ambientais e sociais e (f) contextualização cultural e história de processos e produtos. E como estratégia promocional se destacam o 'Plano de Promoção e Divulgação de marcas e produto', os programas de marketing e de comunicação e a difusão e participação em eventos comerciais (como, por exemplo, feiras e rodadas de negócio).

Como plano para o estímulo à comercialização se sobressaem a implantação de centrais de comercialização e o trabalho de aproximação (articulação) entre produtor (oferta) e o consumidor final (demanda). Além disso, a orientação e implantação de um sistema logístico eficaz é uma estratégia ativa (desde o acesso a matérias-primas à distribuição dos produtos finais).

Parcerias

Esse eixo se caracteriza pela articulação de parcerias para facilitação **ao** crédito (ampliação e adequação) e para fomento de ações (projetos) no setor artesanal.

Políticas

Esse domínio busca colaborar para a concepção da legislação reguladora da atividade.

Ações principais

As atividades desenvolvidas pelo SEBRAE são construídas com base em 06 parâmetros: (a) identidade cultural, (b) conformidade com as dimensões sociais, econômicas e

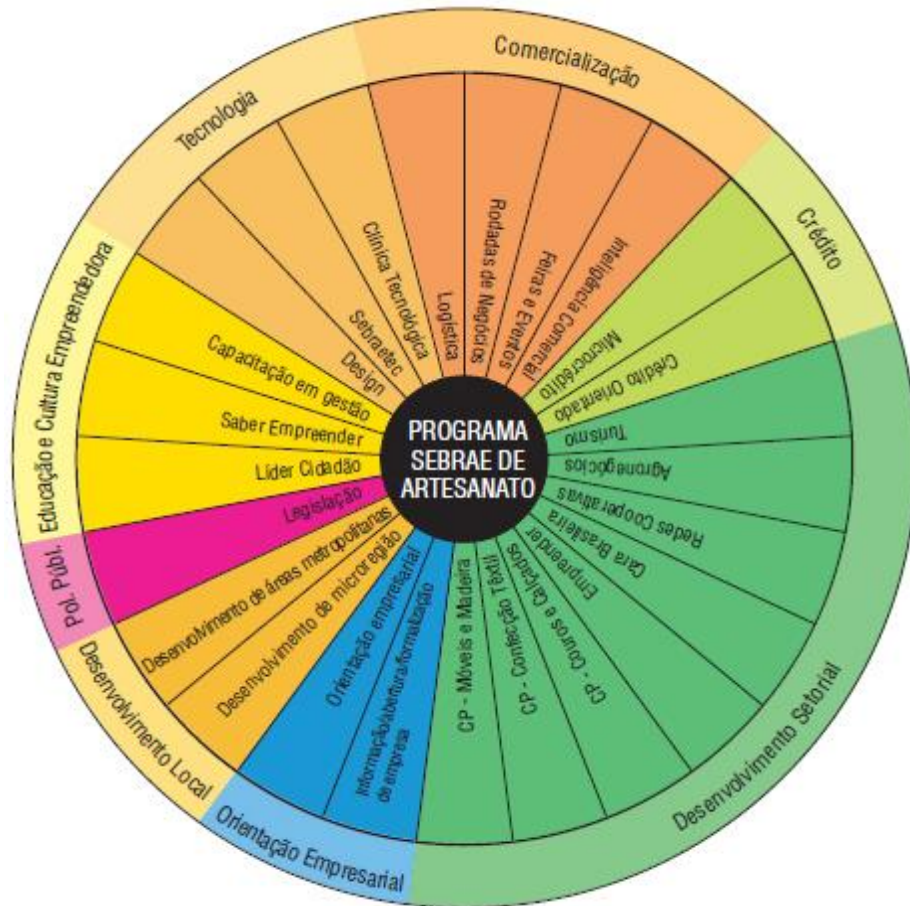
cognitivas; (c) protagonismo; (d) planejamento participativo; (e) gestão compartilhada e (f) confluência entre demandas locais e ofertas. Com isso, trabalham em nível estratégico (conhecimento do setor, orientação de decisões), operacional (tecnologia, design e infraestrutura); financeiro (crédito e capitalização), instrucional (capacitação e reciclagem).

Assim, as principais ações do programa envolvem:

- Identificação e avaliação de demandas;
- Mapeamento de ofertas;
- Reconhecimento de ofícios artesanais em extinção;
- Pesquisas de tendência;
- Identificação e resgate de sistemas iconográficos;
- Avaliação de atividades produtivas (com base custo-benefício);
- Construção de estratégias de marketing e comunicação;
- Otimização de processos produtivos;
- Adequação da produção à demanda;
- Adequação da infraestrutura;
- Capacitação (em gestão, comercialização e em novas tecnologias);
- Apoio a eventos para capacitação (como seminários e simpósios);
- Criação de identidade visual e aplicações (como etiquetas e selos);
- Identificação e inserção em mercados;
- Implantação de centrais de comercialização;
- Harmonização entre oferta e demanda;
- Participação em eventos de caráter comercial (como feiras e rodadas);
- Estruturação de sistemas de logística, distribuição e comercialização;
- Construção de redes de parceiras e cooperação técnicas;
- Crédito e Capitalização.

A figura 80 demonstra todo o Programa SEBRAE de Artesanato.

Figura 80: Esquemática do Programa SEBRAE de Artesanato.



Fonte: SEBRAE, 2004, p.39.

Participação

Tem como diretriz básica a cultura da cooperação com muitos colaboradores atuando no desenvolvimento dos projetos e na realização das ações. Seus projetos trabalham com parcerias internas (articulação do artesanato com outras áreas), parcerias externas (como o Governo Nacional e diversas instituições) e colaboradores (pessoas físicas externas, habilitadas e cadastradas na instituição).

Estrutura

Para sua atuação eficaz a estrutura organizacional do SEBRAE para o desenvolvimento do programa do artesanato se constitui por: (a) Grupo Gestor Nacional, (b) Grupo Consultivo, (c) Grupo de Trabalho/tarefa e (d) Coordenações / Gerencias Estaduais. O grupo Nacional é composto pela Coordenação Nacional do Programa SEBRAE de Artesanato e por 07 coordenadores estaduais (escolhidos pela diretoria Nacional) enquanto o consultivo, por consultores também indicados pela diretoria nacional. A coordenação estadual representa a equipe responsável pelos programas estaduais. E o

grupo de trabalho se caracteriza por grupos direcionados para demandas específicas com permanência apenas durante a realização das ações.

A estrutura do programa se compõe por um conjunto de unidades integradas: (1) Grupo de artesãos; (2) Oficinas experimentais de produção; (3) Central de processamento e beneficiamento de matéria-prima; (4) Central de comercialização; (5) Unidade de treinamento e capacitação e (6) Núcleo de inovação e de design.

3.3.1 Reflexão do programa

O programa SEBRAE de artesanato apresenta em seus termos de referência (2004 e 2010) toda a estruturação de sua abordagem de intervenção. Define oficialmente conceitos, classificações, diretrizes, metodologias de intervenção, critérios de avaliação, indicadores de desempenho e protocolos (como a a) Avaliação das potencialidades para seleção de APLs e o (b) Diagnóstico da produção artesanal- anexo 02).

Compreende o artesanato como uma manifestação cultural, um símbolo, uma alternativa produtiva, uma possibilidade de ocupação. Define-o, mais especificamente, como uma atividade produtiva com propriedades específicas (destacando a identidade cultural). Percebe também sua necessidade de compromisso com o mercado, sua possibilidade de produção regular e seus objetos semelhantes.

Seu foco é concentrado na estruturação de negócio. A constituição e formalização de grupos produtivos, a construção e ampliação de sistemas de comercialização e a divulgação de produtos são metas básicas. Contudo, ainda que compreenda, valorize e estimule o artesanato enquanto manifestação cultural, trata em excesso a produção artesanal com uma empresa, como um empreendimento econômico.

Sua metodologia é detalhada. Trabalha com ações fundamentais de planejamento, execução e monitoramento. O planejamento é uma fase em destaque pois é trabalhado com profundidade com a análise tanto dos interesses do mercado com da capacidade de atuação das comunidades para a confluência entre demanda, oferta e recursos disponíveis. A construção de parcerias integra a fase de execução, apresentando-se como importante estratégia para o desenvolvimento e consolidação dos projetos. Acredita no monitoramento sistemático, compreendendo-o não só como acompanhamento, mas integrado a avaliação e a gestão de informações.

Preocupa-se com e atua em todo o sistema da atividade artesanal: produção (produtos, estrutura e processo), comercialização e promoção. Para isso, trabalha com informação e formação visando produção e mercado. A inovação e o design são suas estratégias de qualificação e valorização. Suas ações são planejadas com eficácia ao se basear em informações dos contextos produtivos e mercadológicos. Seus resultados são

significativos tanto comercialmente como cultural e socialmente, pois integram necessidades e desejos do mercado e da comunidade produtiva.

O mercado é sua base de tomada de decisões. Seu processo de intervenção se inicia e finaliza neste mercado. Está é uma tática orientadora de ações com bases externas aos produtores (contexto dos artesãos), que, ao mesmo tempo, pode valorizar os produtos diante de seus consumidores (quando são expressões de seus desejos) e desvalorizá-los perante seus produtores (ao não refletirem suas necessidades, seu contexto, seu perfil).

Busca construir parcerias e políticas públicas, principalmente para apoios financeiros. Esta iniciativa trabalha com a maior reclamação dos artesãos, uma significativa dificuldade de desenvolvimento dos projetos e de concretização dos negócios: a carência financeira.

O planejamento participativo e a gestão compartilhada são suas diretrizes básicas. Estas são adequadas ao contexto produtivo pois reforçam, estimulam e exploram a troca de conhecimentos e informações, a socialização.

Seus protocolos são bastante abrangentes, observando e avaliando muitas informações relevantes para os projetos de intervenção e para as atividades artesanais, desde aspectos técnicos (estrutura e processos) a identidade. Exploram pouco, contudo, o processo criativo (conceituação) e os fatores motivacionais. A organização e a lógica progressiva das informações parecem na prática não serem sequencialmente linear, sendo aleatórias pois ao mesmo tempo trabalham em nível conceitual e projetual.

3.4 O Imaginário

O Imaginário, laboratório de pesquisa e desenvolvimento em design da Universidade Federal de Pernambuco, foi construído a partir de um projeto de extensão da UFPE, buscando discutir e trabalhar com as demandas das produções artesanal e industrial. Sua sede se localiza no Centro Cultural Benfica em Recife, mas com atuação em qualquer região pernambucana.

A força produtiva do artesanato é apresentada pelo Imaginário com a percepção da grande extensão da participação de trabalhadores envolvidos nesta atividade. Esta reflete sua significativa capacidade de inclusão social, geração de renda e ocupação. Sua expressividade sociocultural é compreendida, portanto, buscada e explorada.

Atuando desde de 2000 em diferentes comunidades, trabalhou com diversos conteúdos, técnicas e estratégias para desenvolver as produções artesanais. Essa experiência permitiu a construção de uma metodologia própria com caráter e equipe multidisciplinares dirigidas para necessidades concretas da comunidade, de suas

atividades e produtos. Segundo Cavalcanti, Andrade e Silva (2011), ela tem grande capacidade de atuação em múltiplos grupos produtivos com diferentes estágios de organização e mobilização social.

Missão - finalidade

"Firmar a atividade artesanal enquanto meio de vida sustentável, através de intervenções que respeitem os valores culturais das comunidades produtoras de artesanato."
(CAVALCANTI; ANDRADE; SILVA, 2011, p.04)

Objetivos - funções

Trabalhar para (1) a troca de conhecimento; (2) a estruturação, autonomia e sustentabilidade dos grupos artesanais; e (3) o desenvolvimento de oportunidades de mercado para as atividades artesanais.

A metodologia multidisciplinar

A metodologia desenvolvida pelo grupo Imaginário se caracteriza principalmente, segundo Andrade e Cavalcanti (2006, p.30), por:

[...] um modelo PARTICIPATIVO, a partir do entendimento de que as artesãs e artesãos são sujeitos de suas práticas; COLETIVO, por meio do incentivo à construção de acordos coletivos e ao reconhecimento de lideranças; INDIVIDUALIZADO, através do reconhecimento de habilidades e competências dos envolvidos; CRÍTICO, na medida em que leva artesãs e artesãos a refletir sobre seu próprio fazer artístico; e CONTEXTUALIZANTE, já que a intervenção está calcada nas necessidades, nos desejos e no respeito aos valores de cada comunidade artesã.

As fases

Os programas do Imaginário em comunidades artesanais se estruturam em fases sequenciais hierarquizadas. Estas envolvem ações de planejamento, execução e avaliação, desenvolvidas sempre de forma coletiva e participativa.

A fase inicial se constitui com visitas, reuniões e conversas formais e informais com artesãos, instituições e parceiros. Esta primeira etapa busca a compreensão da forma de organização (sistema de vínculos, principalmente) da própria comunidade.

Com a formação ou definição do grupo, é iniciada a construção coletiva do projeto. Para tanto, conferências com os artesãos sobre necessidades, desejos e possibilidades são desenvolvidas. O planejamento estratégico é definido através de discussões em pequenos grupos. Como resultado é elaborado o plano de trabalho

composto das ações a serem desenvolvidas, das atribuições e funções dos participantes e as metas do programa.

Esquematisado o projeto, as ações planejadas são desenvolvidas e as mudanças iniciadas. As capacitações são realizadas, os espaços e postos de trabalho são estruturados, os produtos são construídos ou reconstruídos, entre outras ações. Na etapa de realização, é estimulada nos artesãos a descoberta de um novo contexto produtivo através de uma nova perspectiva de si mesmo e da comunidade. Novos repertórios e estímulos a observação e a criatividade são estratégias de ação.

Por fim, os resultados construídos, as atividades executadas e as mudanças implantadas são avaliados. O registro e a análise crítica do projeto concluem o processo.

Eixos de atuação

O programa de intervenção de design se estrutura em 05 eixos básicos: (1) gestão; (2) design; (3) comunicação; (4) produção; (5) comercialização.

Gestão

O eixo de gestão busca a formação e consolidação de grupos de produção artesanal. A construção de parcerias com o incentivo à cooperação e ao trabalho em conjunto entre grupos de artesãos e instituições locais é uma ação de destaque.

Design

O eixo de design trabalha de forma participativa e coletiva com os artesãos na criação e produção de artefatos com valorização sociocultural. Explora, para isso, conhecimentos tradicionais e empíricos/informais, simbologias, elementos estéticos e componentes materiais da própria comunidade. São constituídas linhas de produtos (produtos novos ou reestruturados; novas aplicações; propriedades diferentes ou variadas) com características de expressão cultural integradas aos interesses de mercado.

Esse processo de criação envolve oficinas e outros processos de aprendizagem para a ampliação de repertório, definição de referências, aquisição de conhecimentos, descoberta de novas técnicas e de diferentes elementos estético-simbólicos, entre outros. Ações para o reconhecimento imagético da produção de outros atores que trabalham com os mesmos ou similares tipos de artesanato ou matérias-primas através de visitas a exposições, feiras, ateliês, entre tantos, são atividades desenvolvidas.

Comunicação

O eixo de comunicação desenvolve estratégias para apresentar, informar e promover o artesanato gerado nas comunidades. Como ações se destacam a construção de

identidades visuais, programas de divulgação em mídias diversas e participação em concursos e eventos.

Mercado

O eixo de mercado visa o direcionamento da criação e produção dos artefatos para as demandas de grupos específicos de consumidores ou áreas de negócios. Andrade e Cavalcanti (2006, p.29) justificam essa estratégia pois acredita que "são capazes de reconhecer o valor agregado ao produto, garantindo remuneração justa e a continuidade do fazer artesanal." A pesquisa de mercado com a identificação dos segmentos de consumidores e seus interesses é atividade constante.

Produção

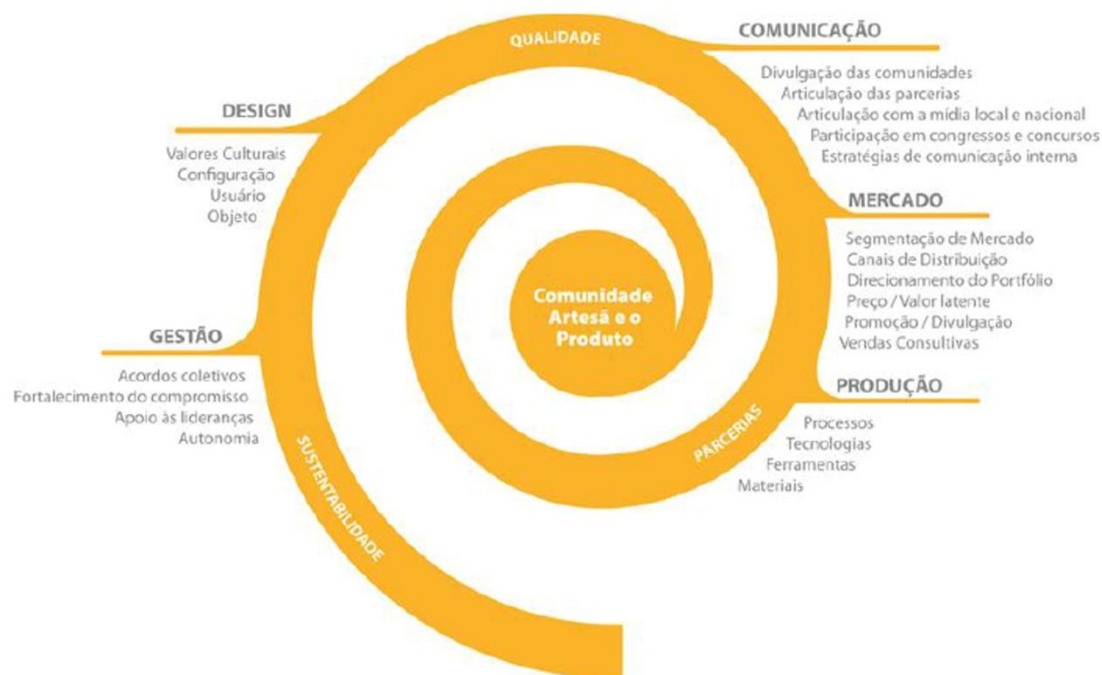
O eixo de produção busca o aperfeiçoamento dos processos, o melhoramento das condições de trabalho (ambiente, mobiliário, ferramentas, entre outros) e o uso eficaz e sustentável dos recursos naturais em acordo com o ritmo de vida das comunidades. A introdução de novas tecnologias e ferramentas são exemplos de estratégias.

Ações principais

A abordagem do Imaginário (esquematizada na figura 78) se desenvolve tendo como foco principal a comunidade artesanal e seus artefatos. Articula-os com os cinco eixos de atuação (gestão, design, comunicação, mercado e produção) pautando-se na qualidade, sustentabilidade e parcerias.

Desenvolve múltiplas e integradas ações para o crescimento e consolidação de grupos artesanais. Trabalha, portanto, como: 1) a construção de meios de gestão; (2) o desenvolvimento de artefatos artesanais valorizados e com qualidade; (3) a divulgação e promoção dos grupos artesanais, suas atividades e produtos; (4) a estruturação de sistemas para a atuação eficaz em seus mercados; e (5) a otimização de processos produtivos e comunicativos. A figura 81 também exemplifica e especifica algumas dessas ações.

Figura 81: Representação Gráfica da Metodologia Multidisciplinar do Imaginário.



Fonte: ANDRADE; CAVALCANTI, 2006, p.28.

Agentes - Participantes

O grupo imaginário possui agentes próprios que desenvolvem suas ações.

3.4.1 Reflexão do programa

O Imaginário qualifica o artesanato com grande força econômica e social, quando diferentes comunidades artesanais e diversos artesãos desenvolvem a atividade. Também o compreende com expressão cultural.

Como filosofia de trabalho, compreende a importância, em mesma intensidade, do individual (as habilidades pessoais) e do coletivo (compromisso compartilhado). Igualmente percebe a influência do contexto da comunidade para as decisões e ações produtivas. Estes valores estruturam com eficácia sua base de ação pois integram o coletivo (o todo) e o individual (as partes).

A participação ativa e crítica é um fundamento do programa. Sendo as ações reflexos de seus atores diretos e o artesanato resultado dessas ações, a participação dos artesãos tanto no planejamento com na execução dos projetos é uma exigência e uma necessidade. E diante da relevância das ações a avaliação e reflexão de todo processo de criação orientam melhor as decisões e embasam mais propostas.

Sua estrutura metodológica é flexível, organizada em acordo com o contexto da comunidade a ser trabalhada. Etapas e ações básicas são desenvolvidas

constantemente. O planejamento é um processo trabalhado com profundidade com a coleta de informações detalhadas e discussão crítica da mesmas envolvendo a participação efetiva dos artesãos. Como consequência, o projeto e plano de trabalho são abrangentes e minuciosos.

Seus cinco eixos de atuação alcançam as diversas áreas envolvidas na atividade artesanal. Também trabalham para as múltiplas necessidades e diversos problemas do artesanato. Destaca-se o design como orientador e supervisor para a conceituação e construção de artefatos com valor cultural e interesse mercadológico. Toda estrutura de ação proporciona referências sólidas e competentes para a sustentabilidade da atividade pós-projeto.

Seu sistema de atuação esquematizado em espiral demonstra a sua compreensão da integração das ações de forma hierarquizada e sequencial. Esta estrutura caracteriza seu processo de intervenção como sistemático, progressivo e dinâmico (propriedades importantes para o trabalho com comunidades artesanais).

Seus três parâmetros (qualidade, sustentabilidade e parcerias) se constituem como critérios de avaliação e objetivos de ação. A construção de parcerias é uma estratégia eficaz pois elas podem contribuir com os projetos e com as comunidades produtivas, suprindo, por exemplo, necessidades materiais e trabalhando em conjunto.

3.5 Comparação dos programas de referência

Os 04 programas de referência compreendem a importância economia, social e cultural das atividades artesanais, caracterizando o artesanato como uma atividade produtiva com representação cultural e valor social. O Artesol ainda apresenta a qualidade pedagógica do artesanato enfatizando-o enquanto processo, patrimônio cultural intangível, um saber -fazer. O SEBRAE acrescenta também aspectos mais técnicos como pequena escala de produção, regularidade, semelhança com diferença.

Todos atuam em nível estadual e, com exceção do Imaginário, respondem nacionalmente. Estruturam-se na missão de contribuir para a valorização do artesanato, a sustentabilidade das atividades produtivas e o desenvolvimento econômico, social e cultural dos artesãos.

As metodologias envolvem três ações principais: planejamento, execução e avaliação. Seu detalhamento e profundidade dependem do objeto de ação e da área de conhecimento sobressalente. O SEBREA trabalha com as informações direcionadas ao mercado (oferta e demanda) e o Imaginário prioriza os fatores de criação e produção.

Os eixos de atuação também são influenciados pelo foco de ação, mas expressam as principais atividades envolvidas para desenvolvimento da atividade

artesanal, produtiva e de negócio. O Artesol se diferencia pois organiza seus eixos segundo o conteúdo e a natureza de suas ações. A comercialização é ponto de ação em todos os programas. A produção também representa âmbito de atuação no PAB, SEBRAE e Imaginário, principalmente enquanto processos. A gestão é destaque em dois programas (PAB e O Imaginário), tendo eixos específicos. A estruturação de espaços de trabalho, embora possa integrar o eixo produção, é isolado no SEBRAE.

Apenas o Artesol prioriza um estilo de artesanato, o artesanato de tradição. O PAB, o SEBRAE e o Imaginário trabalham com qualquer grupo de atividade artesanal.

A sustentabilidade da atividade produtiva é a grande meta dos projetos. A priorização das vocações e da cultura local são diretrizes compartilhadas por todos. Enfim, a tabela 2 resume as características de cada um dos programas de referência.

Tabela 2: Quadro comparativo dos programas de intervenção.

Programas / Características	Programa do Artesanato Brasileiro	ARTSOL	Programa SEBRAE de Artesanato	O Imaginário
Responsável	MDIC	MinC - OSCIP	SEBRAE	UFPE
Nível de atuação	Nacional - estadual	Nacional	Nacional - estadual	Estadual
Conceito de artesanato	Predominância de ações manuais; Expressão sociocultural; Representante da capacidade criativa,	Produto; Processo. Saber-fazer; Patrimônio cultural intangível.	Produtos semelhantes com diferenciação; Pequena escala; Produção regular; Compromisso com o Mercado; Fruto da necessidade.	Não apresentado diretamente.
Importância do artesanato	Cultural; Social; Economia.	Cultural; Social; Economia; Pedagógica.	Cultural; Social; Economia.	Cultural; Social; Economia.
objetivos	Progressão do artesão; Qualificação e valoração dos produtos; Desenvolvimento das organizações de negócio.	Progressão do artesão / comunidade; Qualificação dos artesãos; Qualificação dos produtos; Promoção; Fortalecimento das organizações produtivas.	Progressão da comunidade; Desenvolvimento sustentável das organizações de negócio; Empreendedorismo; Preservação e definição de identidade cultural; Formalização; Acesso às informações; Construção de conhecimento; Desenvolvimento e crescimento produtivos.	Consolidação da atividade artesanal; Troca de conhecimentos; Estruturação, autonomia e sustentabilidade de grupos artesanais; Oportunidades de mercado.
Metodologia	Variáveis (individuais de	1) Diagnóstico;	1) Planejamento;	1) Contextualização;

	cada projeto)	2) Elaboração; 3) Implementação; 4) Avaliação.	2) Execução; 3) Monitoramento.	2) Planejamento e Projeto; 3) Desenvolvimento; 4) Avaliação.
Eixos de atuação	Gestão; Desenvolvimento (produção e empreendedorismo); Comercialização (ambiente); Estruturação (ambiente); Cadastro (mapeamento).	Cultural; Educativa; Econômica.	Informação; Formação; Produção; Mercado; Parcerias; Políticas.	Gestão; Design; Comunicação; Produção; Comercialização.
Parâmetros	Potencialização das Vocações; Preservação das culturas locais; Inclusão; Mentalidade empreendedora; Profissionalização; Sustentabilidade.	Potencialização das Identidades culturais; Preservação das Tradições; Responsabilidade; Solidariedade; Ética; Autonomia; Sustentabilidade.	Identidade cultural; Vocações locais; Sincronia das dimensões sociais, econômicas e cognitivas; Protagonismo; Planejamento participativo; Gestão compartilhada.	Sustentabilidade; Parceria; Qualidade.
Agentes	Externos - Edital (Instituições públicas, privadas e artesãos)	Grupo interno e Parceiros (financeiros, apoiadores e técnicos).	Grupo interno e Parceiros - consultores	Grupo próprio
Foco principal	Artesanato no geral	Artesanato tradicional	Grupos de artesanato como empreendimento	Grupos de artesanato



1 Procedimentos Metodológicos da Pesquisa

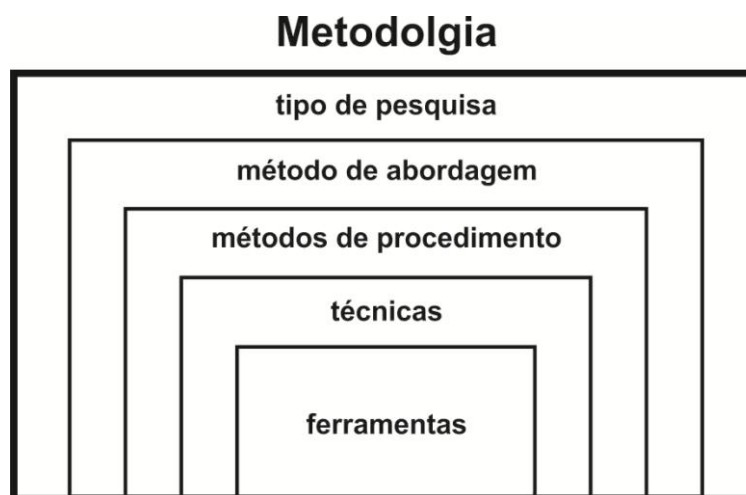
Como afirma Demo (2000 apud Prodanove, 2013, p.42), "pesquisa é entendida tanto como procedimento de fabricação do conhecimento, quanto como procedimento de aprendizagem (princípio científico e educativo), sendo parte integrante de todo processo reconstrutivo de conhecimento." Portanto, ela busca solucionar problemas e esclarecer dúvidas a partir de questionamentos e por meio de investigações.

A pesquisa científica, ademais, constrói o conhecimento com base em informações, ações, procedimentos e parâmetros competentes para tornar confiáveis os resultados. Eles integram oficialmente os métodos científicos.

Nesse contexto, o planejamento compõe a pesquisa. A previsão dos processos e fases é fundamental para a estruturação, condução e desenvolvimento da mesma.

A metodologia é, portanto, a expressão dos caminhos / meios de coleta e discussão das informações sobre o objeto de estudo e da fundamentação da pesquisa. Ela é constituída por: tipo de pesquisa, método de abordagem, métodos de procedimento, técnicas e ferramentas de pesquisa. Também podem integrá-la os procedimentos realizados, bem como a amostragem trabalhada. A Figura 82 apresenta a composição da metodologia, hierarquizando as decisões.

Figura 82: Elementos de composição da metodologia.



Fonte: Autora da Pesquisa.

Tipos de pesquisa

Prodanove (2013), por meio dos conceitos de Demo (2000 apud PRODANOVE, 2013, p.50) e Andrade (1997 apud PRODANOVE, 2013, p.50) definem a pesquisa teórica como um gênero de pesquisa que estuda e/ou produz teorias. Segundo Lakatos e Marconi (2003, p.59) a pesquisa analítica envolve "uma interpretação crítica pessoal de ideias." Assim sendo, essa pesquisa se qualifica como teórico-analítica ao construir um

conhecimento teórico ou gerar resultado teórico (o sistema de gestão de design não aplicado/testado) pela análise crítica de teorias (do design) e das informações e mensagens dos objetos de estudo (o artesanato e os programas de intervenção de design).

Apesar de seu caráter teórico, esse estudo se constitui, em relação à natureza, como aplicado pois permite e objetiva a utilização real (em comunidades produtivas) do conhecimento construído (o sistema de gestão). Em acordo com Silva e Menezes (2005), a pesquisa aplicada busca criar conhecimentos para aplicação prática direcionados a soluções de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais.

Caracteriza-se também como pesquisa qualitativa ao apresentar as propriedades da realidade estudada da forma mais abrangente possível (o artesanato e os processos de intervenção de design). Preocupa-se com a existência e o significado dos fatos em si e não como sua periodicidade. Trabalha as informações independente de sua frequência de ocorrência (propriedades e problemas do artesanato; ações e dificuldades dos programas de intervenção, por exemplo) e do tamanho da amostragem (quantidade de comunidades artesanais observadas e de executores dos programas entrevistados). Conforme Prodanove (2013, p.70), a pesquisa qualitativa "não utiliza dados estatísticos como o centro do processo de análise de um problema, não tendo, portanto, a prioridade de numerar ou medir unidades."

Métodos de pesquisa

Os métodos de pesquisa se caracterizam pelas formas de trabalhar as informações coletadas. São organizados em (a) método de abordagem e métodos de procedimento. A abordagem possui alcance amplo e caráter geral, representando o processo desenvolvido e o sentido executado para construir o conhecimento. Segundo Lakatos e Marconi (2003, p.105) "os métodos de procedimento seriam etapas mais concretas da investigação, com finalidade mais restrita em termos de explicação geral dos fenômenos."

Como método de abordagem emprega o método indutivo quando derivando de casos particulares (algumas comunidades artesanais, alguns programas e executores de intervenção de design), desenvolve conclusões generalizadas (as características e os problemas do artesanato e dos programas e, finalmente, o sistema de gestão) com aplicações também gerais (em atividades produtivas artesanais). Esta caracterização se justifica no conceito de Lakatos (1992 e 2003) com o método indutivo se constituindo como uma conexão ascendente com fatos particulares, suficientemente constatados e inferindo uma verdade geral ou universal.

No contexto total se qualifica com o método de procedimento estruturalista ao buscar pela integração de múltiplos conhecimentos o desenvolvimento de uma estrutura de orientação (o sistema modelo) para representar e trabalhar o objeto de estudo (a integração do design e as comunidades artesanais). Fundamenta-se essa qualificação em Lakatos e Marconi (2003) com o método estruturalista sendo definido como um processo de construção de um modelo representativo da totalidade do fenômeno e de suas possibilidades de variação para a análise e expressão do contexto de ocorrência dos diversos fenômenos. Gil (2008) apresenta como exigência a qualificação desta estrutura como um sistema, como elementos inter-relacionados que se influenciam mutuamente. Para isso, trabalha com os métodos funcionalista (também em caráter geral - toda a fundamentação) e comparativo (ambos em áreas específicas do estudo).

O método funcionalista detalha e discute as relações e a conformação entre seus diversos componentes e as funções dessas unidades (fundamentos, princípios e elementos do design e dos objetos de estudo) para a construção do todo. Andrade (2006) confirma essa propriedade quando assinala o método funcionalista como o estudo dos fenômenos com enfoque na função de suas unidades, suas relações e adequações.

E o método comparativo, ao buscar, segundo Gil (2008), a identificação de similaridades e divergências entre fenômenos, também é atuante como meio de ação desta pesquisa. Portanto, discutiu as diferenças e semelhanças entre os programas de intervenção de design definidos como referências.

Técnicas, ferramentas e procedimentos

Técnicas são processos empregados para a coleta de dados conduzidos por ferramentas de pesquisa. Essas se constituem em instrumentos materiais (como roteiros e gravadores) e conceituais (modelos e parâmetros de análise) de coleta, discussão e registro de informações. Ambos são desenvolvidos a partir de procedimentos.

As informações analisadas nesta pesquisa se originaram de documentações diretas e indiretas pois, como explicita Lakatos e Marconi (1992), foram adquiridas do contexto real de ocorrência do fenômeno ou apresentadas por outros, respectivamente. A documentação indireta é estruturada em fonte direta (sem qualquer processo analítico) e indireta (resultado de discussão).

O levantamento dos dados foi desenvolvido por meio de quatro técnicas: pesquisa documental (documentação indireta - fonte direta), pesquisa bibliográfica (documentação indireta - fonte indireta), pesquisa de campo (documentação direta) e observação direta intensiva por observação e por entrevista (documentações diretas). Estas foram aplicadas em distintas fases para a aquisição de múltiplas informações.

Segundo Gil (2008, p.51), a pesquisa bibliográfica se respalda nas interpretações de outros autores sobre o assunto, enquanto a pesquisa documental se fundamenta em materiais sem qualquer abordagem analítica e com a possibilidade de serem reorganizados. A pesquisa de campo, como conceitua Andrade (2006), qualifica-se quando os dados são colhidos no contexto de ocorrência espontânea dos fenômenos, sem interferência.

A observação direta intensiva é alcançada por meio da observação e da entrevista. A observação, com afirmação de Lakatos e Marconi (2003, p.190), "utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade [...] não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se desejam estudar". E, conforme Gil (2008) a entrevista é um diálogo assimétrico através de perguntas entre o pesquisador e o investigado (fonte de informação).

As teorias foram construídas sobre acervo bibliográfico. As informações e os conhecimentos foram trabalhados por meio da análise de texto ou análise de conteúdo, o exame sistemático para a identificação, estruturação e avaliação dos discursos. Essa análise se qualificou com o caráter interpretativo e crítico, concordando com Lakatos e Marconi (2003, p.32), associando de forma crítica as ideias das teorias e os conhecimentos do pesquisador. Em acordo com mesmo autor (2003, p.30-31), ela envolveu: (a) análise dos elementos (identificação dos elementos constituintes); (b) análise das relações (definição das relações e conexões entre os elementos constituintes e o tema central); e (c) análise da estrutura (discussão da organização e interligação entre os conhecimentos). A apresentação e a discussão das teorias foram estruturadas em cinco objetos de identificação: (a) conceitos; (b) fundamentos bases, (c) elementos de ações (características, funções e atuações); (d) metodologias; (e) contribuições.

O objeto de estudo 'artesanato' foi trabalhado com o apoio de acervos documentais, materiais bibliográficos e pesquisa de campo com observação direta intensiva por observação. Buscou-se a caracterização (propriedades e necessidades) e a problematização geral das atividades produtivas artesanais.

Os documentos foram discutidos também por meio da análise de conteúdo interpretativa e crítica, com seu conceito adaptado a discursos também em linguagens pictóricas e esquemáticas. Estes se constituíram por relatórios, artigos e livros direcionados para o tema artesanato.

A pesquisa de campo foi desenvolvida com base na observação sistemática e não participante de comunidades produtivas artesanais pois, coerente com Prodanove (2013), caracteriza-se como planejada com parâmetros predefinidos orientadas por um plano e com o pesquisador como espectador. Os grupos produtivos foram visitados

individualmente com o registro fotográfico do contexto real espontâneo (não houve nenhuma interferência do pesquisador).

Ambas as técnicas foram orientadas por seis parâmetros: (a) produtos, (b) processos/ações, (c) estrutura (física, ambiental, instrumental e de recursos humanos), (d) identidade, (e) comercialização e distribuição e (f) promoção. E os critérios de avaliação foram: eficiência funcional, qualidade estética, representatividade simbólica e sustentabilidade. As comunidades foram avaliadas com base no 'Protocolo de Diagnose da Produção Artesanal' (material de orientação com os parâmetros de análise e suas possibilidades de caracterização - apêndice 01). Os artesãos foram caracterizados por meio do 'Protocolo de Caracterização dos Atores Produtivos' (material de orientação com as propriedades básicas e suas alternativas de qualificação - apêndice 02).

Os programas de intervenção de design, o segundo objeto de estudo, foram abordados através de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e observação direta intensiva por entrevista. Esta fundamentação visa à caracterização e análise de contextos de intervenção de design em comunidades artesanais já constituídos.

A caracterização das principais ações das intervenções e a apresentação dos programas de intervenção de referência se apoiaram respectivamente em materiais bibliográficos (artigos) e documentais (programas e termos de referências). Ambos, novamente, foram trabalhados através da análise interpretativa e crítica de conteúdo com os mesmos seis parâmetros de orientação trabalhados com o artesanato.

A problemática das intervenções se estruturou através da pesquisa de campo por meio de entrevista estruturada com alguns atores dos programas de intervenção pois, como define Gil (2008), qualifica-se com questionamentos predefinidos, fixos e invariáveis em mesma estrutura e ordem para todos os entrevistados ('Roteiro da Entrevista' - projeto com o direcionamento para a realização das entrevistas contendo os questionamentos e outras informações - apêndice 03). Os participantes foram entrevistados individualmente com a apresentação dos questionamentos na sequência preestabelecida com as respostas sendo registradas por escrito pelo pesquisador. Não houve, entretanto, nenhuma interferência nas argumentações, podendo cada sujeito refletir livremente e apresenta comentários diversos.

Os questionamentos enfatizaram a avaliação por parte dos executores dos projetos e programas de intervenção de design em comunidades artesanais nos quais participaram. São compostos por 02 perguntas apenas:

1. Quais as principais dificuldades encontradas para o planejamento, desenvolvimento e consolidação das propostas dos projetos?

2. Quais os problemas mais significativos percebidos nos programas?

Os argumentos foram analisados de forma qualitativa com a associação dos seus significados semelhantes e a compilação dos mesmos em titulações representativas. Os balizadores principais da análise foram:

- recursos materiais (estrutura e materiais);
- qualificações dos agentes (comportamento, motivação, disponibilidade, habilidades e interesse);
- conteúdo (assuntos trabalhados);
- ações;
- metodologia (processos envolvidos, técnicas empregadas e suas características);
- fundamentos (princípios e regras).

Por fim, essa pesquisa, ao envolver a participação de pessoas na fundamentação prática, foi aprovada pelo comitê de ética da UFPE, estando registrada na Plataforma Brasil (www.saude.gov.br/plataformabrasil). Os sujeitos integrados nas entrevistas e nas observações permitiram a exploração e divulgação das informações reunidas pela assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (apêndice 04).

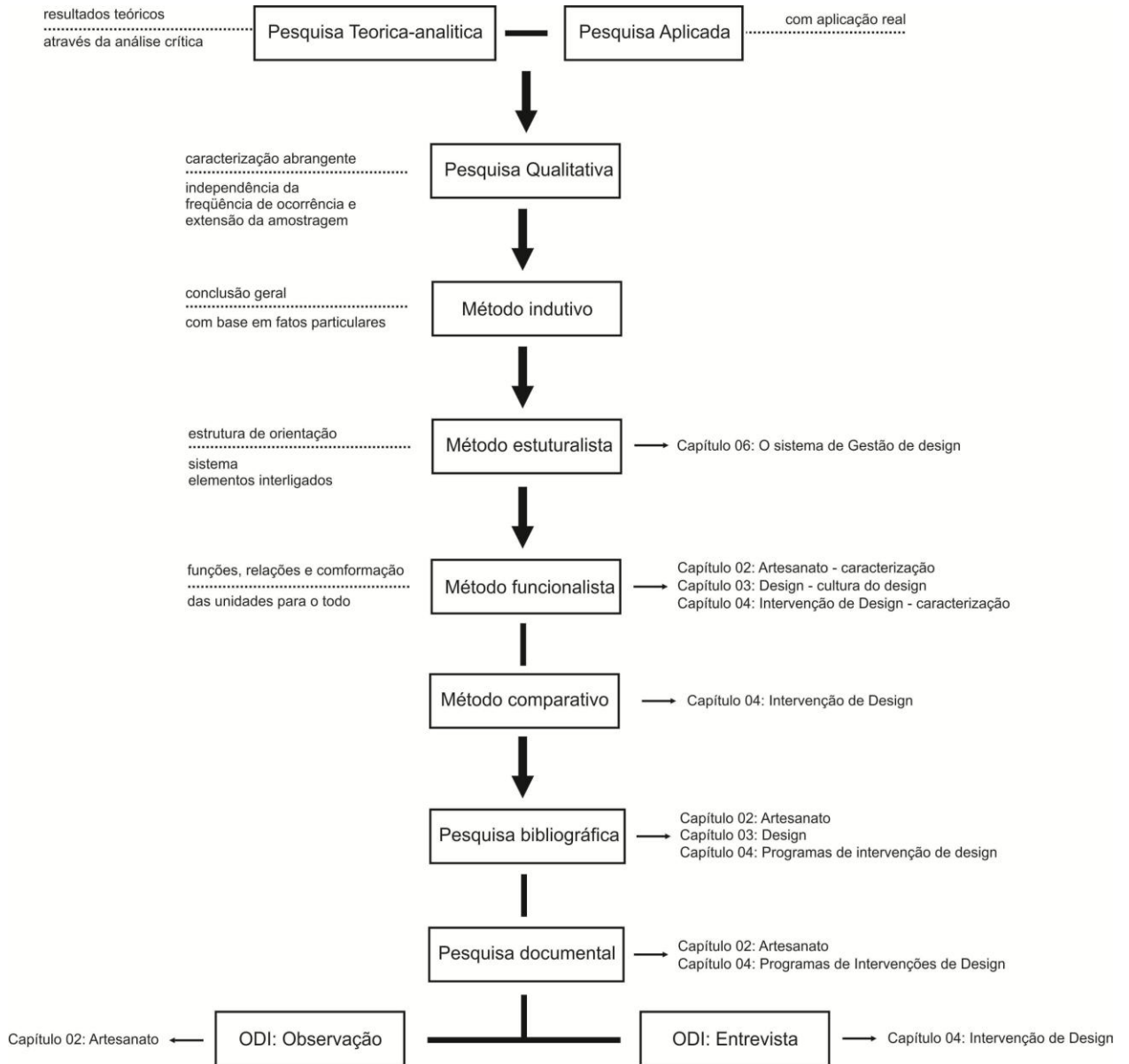
Amostragem

A amostragem das comunidades se caracterizou pela Amostragem Probabilística por Estrato ou Amostras Casuais Estratificada, pois conforme Prodanov e Freitas (2013), uma amostra de cada estrato (tipos de matéria-prima, como por exemplo, madeira, fibra e fio) é escolhida e trabalhada. Com isso, quinze comunidades produtivas artesanais nordestinas com diferentes contextos técnicos e materiais participaram da pesquisa (Lista das comunidades observadas - apêndice 05)

A entrevista se desenvolveu com uma amostragem não probabilista intencional ou de seleção racional, devido ao interesse em determinados elementos de um grupo. Como apresenta Prodanov e Freitas (2013, p.98-99), este tipo de amostragem "se dirige intencionalmente a grupos de elementos dos quais deseja saber a opinião [...] escolhidos casos para a amostra que representem um bom julgamento da população/do universo". Assim, seus participantes foram executores de projetos de intervenção de design em comunidades artesanais integrados ou com experiência com um dos 04 programas de referência estudados (pelo menos dois de cada programa).

A Figura 83: esquematiza toda lógica da metodologia de pesquisa.

Figura 83: Esquema lógico da metodologia de pesquisa



Fonte: Autora da Pesquisa.



CAPÍTULO 06
O MODELO DE GESTÃO

1 Diagnose dos programas de intervenções

Os programas apresentados vêm desenvolvendo múltiplos projetos em diferentes comunidades artesanais. Por meio de entrevistas realizadas por essa pesquisa (apêndice 03 - Roteiro da entrevista), seus executores assinalaram algumas dificuldades para o planejamento, execução e consolidação das propostas. Também problemas no próprio sistema de intervenção são percebidos pelos mesmos como atuantes para fortalecer essas dificuldades.

Ambos são apresentados abaixo de forma espontânea e sem sequencialidade rígida. Esta estratégia é aplicada para maior fluidez do discurso e facilidade de interligação entre as informações.

1.1 Dificuldades e problemas das intervenções

Diversas dificuldades e distintos problemas envolvem os muitos projetos de intervenção de design em comunidades artesanais. Eles se constituem tanto nos artesãos como nos próprios programas.

A indisponibilidade, insuficiência e/ou inadequação de recursos (físicos, humanos e financeiros) é a principal reclamação e explicação para a ineficácia, a não conclusão, continuidade ou desenvolvimento de programas de intervenção. Ambientes, materiais, executores, entre tantos, influenciam o planejamento, a execução e o desempenho dos projetos, pois definem as possibilidades de ação.

A Baixo autoestima, enquanto crédito de incapacidade e de inferioridade, obstrui o processo de transformação. O descrédito em sua competência e a desvalorização de seus conhecimentos e habilidades bloqueiam o aprendizado, desmotivam e impedem a autonomia e a iniciativa dos artesãos.

O inverso, o orgulho³⁷, também inibe a atuação dos programas, quando exacerba as qualidades do contexto atual, impedindo a percepção dos problemas. Os artesãos acreditam já conhecerem tudo, não se interessando em participar de capacitações ou programas de intervenção.

O imediatismo financeiro (resultado econômico de curto prazo) como base para a motivação e orientação das atividades produtivas estreita o campo de visão e de decisão dos produtores com soluções momentâneas (opostas às propostas pelos programas). Ele não constrói alicerces firmes para a sustentabilidade da atividade pois trabalha com fatores de atuação imediata e resultados contextuais. Em consequência, provoca a desconfiança nas mudanças e a hesitação com programas de intervenção ao ambos requerem dedicação, tempo e recursos.

³⁷ enquanto sentimento de superioridade, achar que sabe tudo e não precisa melhorar.

A acomodação também entrava a implantação de mudanças. O costume e o condicionamento de ações e comportamentos impedem e desmotivam novas situações, pois o contexto normal é mais fácil, mais conhecido, mais prático para os artesãos.

O desinteresse ou descrédito em mudanças não permite qualquer proposta de intervenção. Os artesãos veem os projetos como "perda de tempo"³⁸, não percebem a necessidade de alterações. Ele pode estar interligado às três dificuldades anteriores.

O descomprometimento com o programa e com a atividade produtiva dificulta a execução de ações, a implantação de mudanças, a compreensão de informações. Quando os participantes não se envolvem verdadeiramente com os objetivos, as atividades e os resultados não constroem conhecimentos nem percebem as experiências.

A carência de conhecimento em empreendedorismo não permite a percepção das necessidades e exigências da atividade artesanal enquanto negócio. Por efeito, não desenvolve uma postura empreendedora nem entendimento da atividade artesanal como um sistema com ações interligadas e com influências mútuas para sua construção e desenvolvimento. Este contexto dificulta o progresso dos projetos pois os artesãos veem as propostas de forma isolada e não compreendem a função e validade delas.

Preconceito (ou pós-conceito) com os projetos de intervenção também são identificados. O prejulgamento, principalmente com a visão dos interventores se aproveitando ou se favorecendo através dos artesãos sem benefícios recíprocos, constrói desconfiança e dúvida da funcionalidade, importância e benfeitoria deles.

Além dessas dificuldades, outros problemas mais direcionados aos próprios programas podem ser identificados. Estes refletem os resultados ineficientes dos processos desenvolvidos pelos projetos e indicam pontos negativos dos mesmos.

A não compreensão das necessidades das mudanças propostas não permite a consolidação das mesmas. Embora sejam apresentadas suas possíveis melhorias, os artesãos ainda não compreendem porque o seu antigo jeito de trabalhar e as características atuais dos seus produtos não são adequados se vêm sendo desenvolvidos há muito tempo e por muitos. A introdução de novos símbolos e/ou características nos artefatos (propostas constantes nas intervenções), por exemplo, não são concretizadas com frequência (há um retorno aos padrões anteriores quando os projetos são finalizados) pois os artesãos não percebem sua representatividade, não se apropriam dessa simbologia, não se identificam com ambas.

³⁸ Frase empregada por alguns artesãos quando apresentado a possibilidade de projeto de intervenção de design nas comunidades produtivas.

A separação do saber intelectual e do saber manual em responsáveis e habilitados diferentes é apontado com um significativo e constante problema dos programas de intervenção. A desconsideração do envolvimento no artesanato de ações intelectuais concretizadas em ações manuais e a desvalorização do saber empírico e prático dos artesãos simplificam e depreciam tanto a atividade como o artesão. O designer acaba sendo definido, por sua formação formal e acadêmica, como o 'pensador', responsável pelas ideias e o artesão apenas se torna o 'executor'.

A construção dos projetos de forma não participativa (apenas com decisões e interpretações de designers e/ou outros atores externos a comunidade) desmotiva e não integra os artesãos aos programas. A não autoria ou a participação superficial diminui a identificação e o pertencimento dos artesãos com os projetos, não fortalecendo seu comprometimento.

Propostas descontextualizadas não se adaptam nem se concretizam. Projetos estruturados com base em cenários gerais ou pouco específicos às comunidades artesanais não trabalham com necessidades e desejos reais (mesmo estes não sendo considerados ideais pelos designers e pelos programas). Conseqüentemente, eles não se consolidam pois os artesãos não se identificam com eles.

O assincronismo de diálogos entre designers e artesãos impede a comunicação entre eles. A desarmonia no conteúdo e no modo de expressão complica a apresentação, o entendimento e a absorção das informações e conhecimentos.

Todos esses problemas não desenvolvem a autonomia e a liberdade criativa, gerando a dependência de constantes consultorias. Não constroem sentido nas ações pois, como afirma Leon (2005, p.66), "os trabalhadores manuais constroem objetos para um mundo que não é o seu" através de ações que também não são suas criações ou resultados de suas percepções. As bolsinhas de fuxico, já comentadas no capítulo 02, exemplificam tanto a dependência de consultoria (já estão "fora de moda" e novamente são necessários novos produtos) como objetos não representativos das necessidades do artesão. A introdução e individualização da fase de planejamento através da representação gráfica foi uma proposta de mudança no processo produtivo da comunidade Arte Calango³⁹ que sofreu rejeição forte, sendo não implantada.

2 Apresentação

O conceito, as necessidades e a problemática do artesanato (capítulo 02) demonstram a demanda de ações das diversas habilitações do design para seu desenvolvimento mais eficaz enquanto atividade produtiva, negócio e patrimônio. Portanto, conhecimentos de

³⁹ criadora de produtos de moda e de mesa com a renda da rede de pesca.

design (capítulo 03) capazes de auxiliar os artesãos em suas decisões e tarefas são estratégicos para trabalhar os meios disponíveis e explorar as condições favoráveis das comunidades produtivas artesanais.

Essa interação entre o design e o artesanato vem acontecendo por meio de programas de intervenção, frequentemente fomentados por instituições governamentais e não governamentais (capítulo 04). Eles buscam, a partir de diversas metodologias e diretrizes, revitalizar, reestruturar e revalorizar o artesanato. Tentam incorporar alguns fundamentos do design, desenvolver várias de suas ações e capacitar os artesãos em temas direcionados ao empreendedorismo.

Apesar de seus resultados expressivos, a expressão 'intervenção', incomoda os artesãos e gera preocupação nos estudiosos e apreciadores do artesanato. Parece invocar um processo hierarquizado, de soberania, com um ator chefiando e influenciando sobre o outro e não trabalhando com ele. Igualmente é relacionada a mudanças significativas, decididas ou indicadas de forma unilateral (pelo consultor). Ambas as associações refletem um desequilíbrio de importância e uma desigualdade de participação dos atores envolvidos e repercutem em mudanças que podem descontextualizar a atividade artesanal.

Também, como observado na diagnose dos programas de referências essa prática ainda apresenta dificuldades e incorreções no desenvolvimento de seus projetos e na execução de suas ações. Recursos são desperdiçados, ações são desaproveitadas, informações são perdidas pela não continuidade e consolidação dos projetos.

Ainda, os saberes e as experiências das comunidades artesanais são entendidos por essa pesquisa como seu "capital" fundamental. Cada atividade artesanal é construída em alicerces imateriais, constituindo-se a partir de suas técnicas, metodologias de criação e habilidades de seus artesãos. O artesanato se qualifica por uma imensa variedade de contextos, comunidades, artesãos e atividades que desenvolvem conhecimentos múltiplos.

Diante dessa conjuntura, essa pesquisa compreende a gestão do conhecimento como uma estratégia eficaz para o trabalho integrado do design e do artesanato. É uma ideologia cujo conhecimento é seu objeto de estudo (foco), de trabalho (instrumento) e de ação (objetivos e resultados). Representa um sistema de orientação e direcionamento de decisões, ações e comportamentos balizado em recursos intelectuais, os conhecimentos.

3 O Programa Design Compartilhado

Essa pesquisa, então, funde os princípios da gestão do conhecimento e dos programas de intervenção constituindo o '**Design Compartilhado**', um programa de interação da cultura do design no artesanato. Ele busca tornar os conhecimentos do design parte das atividades artesanais, um participante enquanto agente atuante contextualizado e não um colaborador consultor ou superior externo. Assim, trabalha para associar e incorporar o design nas diversas unidades estruturais, nas múltiplas atividades e nas necessidades gerenciais do artesanato.

O Design Compartilhado se qualifica como um sistema de inteligência, organizado como um programa de interação do design e do artesanato construída mediante processos educativos. É uma estrutura de gestão do conhecimento, preparada para identificar, armazenar, processar, analisar, compartilhar e empregar conhecimentos de modo a orientar decisões e apresentar soluções para as necessidades.

Essa abordagem distingue e superioriza o Design Compartilhado quando a potencialização das atividades artesanais é alcançada com a localização, identificação, codificação, organização, integração, geração e compartilhamento dos conhecimentos do artesanato e do design (sua gestão). Esse sistema harmoniza as características da atividade (a produção artesanal), os objetivos da organização (o grupo artesanal), os requisitos do negócio (produção e comercialização de peças artesanais) e os interesses do mercado (como indicado no capítulo 02: mercado turístico, mercado da moda ou mercado conceitual). Ele ultrapassa o obstáculo conceitual, minimiza a problemática dos programas e explora a potencialidade do artesanato quando equilibra em importância e intensidade a participação dos atores e trabalha com o conhecimento de todos como base de informação e de ação.

Os fundamentos, princípios e elementos do design nos contextos produtivo e organizacional das atividades artesanais não só as instrumentaliza (apresentando e disponibilizando recursos materiais, conceituais e estratégias de ações), mas também orienta as decisões. Igualmente, proporciona maior qualificação dos artefatos, otimiza processos, desenvolve melhor a comunicação e agrega valor para o cliente externo.

3.1 Diretrizes Básicas para a Construção do Programa

Os fundamentos da gestão do conhecimento, as necessidades do artesanato (capítulo 02), os conhecimentos do design (capítulo 03) e a diagnose dos programas de intervenção de referência (capítulo 04) evidenciam algumas qualificações básicas para a eficiência do Design Compartilhado. Elas indicam o conhecimento, as atividades práticas e os artesãos como componentes fundamentais.

As atividades artesanais estão estruturadas e se desenvolvem em consequência de experiências; o design e a gestão se fundamentam também em saberes formalizados, teóricos e empíricos; e os programas de intervenção têm na capacitação a principal dinâmica. Diante dessa participação e importância, o planejamento, execução e avaliação das ações, dos projetos e do programa devem ser organizados e desenvolvidos com base nos conhecimentos, buscando a construção de novos conhecimentos. Esta estratégia agrega os saberes manuais e intelectuais, compartilha conhecimentos, integra os múltiplos atores, desenvolve conhecimentos ainda ausentes (como empreendedorismo).

O artesanato está conectado fortemente a ações e a objetivos práticos. Deste modo, as atividades práticas contextualizadas necessitam se transformar em instrumentos para a construção e o trabalho com os conhecimentos. A visualização e a participação na concretização dos conhecimentos em aplicações reais (nas produções e produtos artesanais) fundamentam mais claramente as ações, apresentam e integram melhor as informações e comprovam de forma direta a funcionalidade dos conhecimentos, quando envolvem espontaneamente os próprios artesãos. Esse sistema explora e estimula o trabalho efetivo, a autoria e o protagonismo, importantes requisitos para a sustentabilidade do artesanato. E, ao demonstrar os resultados e os benefícios dos projetos, trabalha para a percepção e o entendimento das necessidades das ações e das mudanças sugeridas.

Sendo o artesanato resultado de habilidades e decisões, de contextos socioculturais, de condições produtivas, entre outros, tem os artesãos como sua substância elementar. Assim sendo, eles requerem ser o foco do programa, enquanto prioridade, convergência de informações e direcionamento de ações. As demandas do artesanato e os problemas dos programas referentes exigem a participação dos artesãos em todo o sistema, estimulando, priorizando e progredindo-os.

Seu programa deve ser flexível (permite mudanças), horizontal (sem hierarquia de superioridade) e cíclico (contínuo e sequenciado):

- Flexível: permite sua acomodação a múltiplos contextos, comunidades, artesãos e práticas, com a adaptação de tempo (duração e frequência), espaço, conteúdos, atividades, metodologias, entre outros.
- Horizontal: desenvolve a participação com mesma intensidade e prestígio dos artesãos e designers nas decisões de todo o processo, aproveitando a coletividade e a socialização do artesanato e minimizando alguns problemas dos programas (como baixa autoestima, orgulho, separação do saber intelectual e do saber manual e não participativa).

- Cíclico: opera com processos contínuos, regulares e com possibilidade de revisão e recondução de etapas, proporcionando a evolução e solidificação dos conhecimentos, a compreensão, interesse e consolidação das mudanças e autonomia, protagonismo, liberdade.

Necessita também se caracterizar por:

- Participação efetiva: a participação real dos artesãos em todas as atividades, planejando ou executando, integra-os com solidez aos programas, pois eles visualizam sua participação no resultado final. Preserva a expressão sociocultural do artesanato, constrói identidade e autoria, estimula o protagonismo e permite a sustentabilidade da atividade quando envolve o trabalho dos próprios artesãos. Quando exige a presença dos artesãos demonstra sua importância, desenvolvendo comprometimento, fomentando a autoestima e amenizando o preconceito;
- Participação coletividade: a concepção de planos e o desenvolvimento de ações com a integração de todos os envolvidos (como artesãos, designers e parceiros) representam melhor o contexto real, ampliam o campo de visão das possibilidades de ação e tornam mais eficaz os projetos e mudanças quando participam múltiplas experiências e saberes. Também em consequência desenvolvem comprometimento, promovem a autoestima e transforma-nos numa expressão coletiva ao reunir informações e conhecimentos (na formação como orientação), estimula a participação, trabalha com a socialização e não busca a individualização dos conhecimentos intelectual e manual;
- Processo progressivo: a apresentação de informações, o desenvolvimento de habilidades e a construção de conhecimentos de forma contínua, gradual e crescente tornam essas ações mais eficazes pois permitem serem compreendidas e experimentadas, consolidando os conhecimentos. O domínio do artesanato, caracterizando-se por uma multiplicidade de contextos coletivos (das comunidades) e individuais (de cada artesão), necessita fortemente do trabalho evolutivo em etapas para firmar as habilidades e as informações. Também possibilita uma maior compreensão das necessidades das mudanças e dos planos dos programas quando fundamenta as propostas de forma sistemática;
- Processo compartilhado: a integração dos conhecimentos do artesanato e do design amplia o alcance e reforça a competência das informações e ações. Esse processo, além de reunir os saberes intelectual e manual,

estimula a participação efetiva de todos os atores (despertando a autoestima e igualando a importância), explora a socialização e desenvolve a formação compartilhada e coletiva.

Precisa trabalhar com:

- Identities locais: o resgate e a aplicação dos elementos culturais geram o sentimento de pertencimento e representatividade. Desenvolve autoria, identidade e expressão sociocultural quando localiza, temporaliza, contextualiza ações e produtos. Também conta a história dos produtos e dos artesãos (processo de comunicação), diferenciando, variando e personalizando-os (produtos comerciáveis);
- Individualidades: o respeito à individualidade, identificando e explorando as competências e as características individuais, potencializa a produção. Desfavorece a baixa autoestima, pois explora os contextos particulares. Constrói identidade e autoria, promovendo o protagonismo e a liberdade. E pode também estimular o interesse pelas mudanças ao aproveitar as qualificações existentes;
- Preferências: reconhecimento e recurso às predileções por produtos, técnicas e ações direcionam a produção individual, desenvolvendo tanto a produtividade como identidade e autoria. Também aumentam o entusiasmo pela atividade e pelo programa, incentivam o protagonismo e permitem a liberdade de trabalho pois recorrem a habilidades consolidadas, exploram propensões de comportamento e aproveitam interesses.
- Contextos de vida: o trabalho no ritmo (tempo), na dinâmica (movimentos) e com as referências (simbologia) da comunidade desenvolve o diálogo eficaz (a comunicação) entre atores, a apropriação mais efetiva de saberes e a adaptação do programa às características da comunidade quando o processo é orientado e dirigido pelo contexto real.
- Organização social: a compreensão dos sistemas de relacionamentos e de vínculos consequentes da estrutura social da comunidade constrói com eficácia os ambientes e processos de compartilhamento de conhecimentos, de integração de atores, de desenvolvimento de ações. Minimiza deficiências de recursos, trabalha com a socialização e se preocupa com a contextualização.

- Mudanças desejadas: as mudanças devem ser uma opção e uma escolha dos próprios artesãos pois esse processo desenvolve interesse nas mudanças, estimula o protagonismo quando quem decide são os artesãos.

E requer envolver:

- Protagonismo: estimular a iniciativa desenvolve autonomia, identidade, autoria. Proporciona atuação em diversos contextos e liberdade de ação pois torna os próprios artesãos os atores principais dos projetos e mudanças. Essa mesma conjuntura desenvolve autoestima, estimula ações e pode despertar o interesse em mudanças;
- Acordos coletivos: trabalhar com compromissos coletivos promove e explora a socialização, o compartilhamento e a formação coletiva. Torna-se uma manifestação sociocultural do grupo. E como aglutina esforços, impulsiona a produção, fortalece a atividade e amplifica recursos;
- Lideranças: um líder influencia outros à ação; não é um chefe, mas um atuante ativo e um exemplo. Ele é, ao mesmo tempo, motivador, organizador, controlador e representativo. Suas ações desfavorecem a baixa autoestima, orgulho e acomodação. Sua preocupação e incentivo promovem a sustentabilidade e produtividade da atividade;
- Parcerias: o apoio e o patrocínio de instituições minimizam dificuldades quando dividem custos, recursos, obrigações e responsabilidades. As parcerias podem adequar os recursos empregados nos programas (como ambiente de trabalho, processo de locomoção e cooperação técnica) como também resolver alguns problemas das próprias atividades artesanais (como espaço de produção, disponibilização de matérias-primas, comercialização).

Esses fundamentos buscam preencher as necessidades do artesanato (capítulo 02), desenvolvendo suas potencialidades. Também visam remediar as dificuldades dos programas de intervenção de design motivando e estimulando os artesãos e se concentrando em seus contextos.

Essas diretrizes devem ser aplicadas em qualquer ação, projeto e sistema direcionados para comunidades produtivas artesanais. Deste modo, o Programa Design Compartilhado é construído sob sua orientação e com base nos fundamentos do design (capítulo 03) e da gestão do conhecimento.

Relação entre os parâmetros de diagnose e as diretrizes gerais

A Tabela 3 demonstra a relação entre as necessidades e problemas do artesanato, as dificuldades e deficiências dos programas de intervenção de design e as diretrizes gerais para o Design Compartilhado.

Tabela 3: Artesanato, Programas de Intervenção de Design e Diretrizes.

Artesanato	Programas	Diretrizes
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conhecimento - capital fundamental; ▪ Conhecimentos variados. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Separação do saber intelectual e do saber manual; ▪ Carência de conhecimento em empreendedorismo. 	Conhecimento
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autoria; ▪ Protagonismo; ▪ Trabalho efetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incompreensão das necessidades das mudanças. 	Atividades práticas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contextualização; ▪ Autonomia; ▪ Autoria; ▪ Protagonismo; ▪ Trabalho efetivo; ▪ Sustentabilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descontextualização. 	Artesão
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Variedade de contextos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Descontextualização. 	Flexibilidade
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabalho efetivo; ▪ Coletividade; ▪ Socialização. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baixa autoestima; ▪ Orgulho; ▪ Separação do saber intelectual e do saber manual; ▪ Não participativa. 	Horizontalidade
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liberdade; ▪ Autonomia; ▪ Protagonismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desinteresse em mudanças; ▪ Incompreensão das necessidades das mudanças. 	Cíclico
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabalho efetivo; ▪ Expressão sociocultural; ▪ Legado sociocultural; ▪ Identidade; ▪ Autoria; ▪ Protagonismo; ▪ Sustentabilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não participativa ; ▪ Baixa autoestima; ▪ Acomodação; ▪ Preconceito; ▪ Não comprometimento. 	Participação efetiva
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Variedade de conhecimentos; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não participativa; 	Participação coletiva

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manifestação compartilhada; ▪ Formação - compartilhamento; ▪ Formação - coletividade; ▪ Socialização. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baixa autoestima; ▪ Separação do saber intelectual e do saber manual; ▪ Não comprometimento. 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Variedade de contextos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incompreensão das necessidades das mudanças. 	Processo progressivo
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formação - compartilhamento; ▪ Formação - coletividade; ▪ Socialização. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baixa autoestima; ▪ Orgulho; ▪ Separação do saber intelectual e do saber manual; ▪ Participação efetiva. 	Processo compartilhado
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Problemas do artesanato; ▪ Expressão sociocultural - produto; ▪ Legado sociocultural - processo; ▪ Identidade; ▪ Autoria; ▪ Processo de comunicação; ▪ Produtos comerciáveis; ▪ Contextualização. 	---	Identidades locais
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produtividade; ▪ Identidade; ▪ Autoria; ▪ Protagonismo; ▪ Liberdade; ▪ Contextualização. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baixa autoestima; ▪ Desinteresse em mudanças. 	Individualidade
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produtividade; ▪ Identidade; ▪ Autoria; ▪ Protagonismo; ▪ Liberdade; ▪ Contextualização. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desinteresse em mudanças; ▪ Não comprometimento. 	Preferências
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Variedade de contextos; ▪ Contextualização. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assincronismo de diálogos. 	Contexto de vida
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contextos variados; ▪ Socialização; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recursos inadequados. 	Organização social

▪ Contextualização.		
▪ Protagonismo.	▪ Desinteresse em mudanças; ▪ Não comprometimento.	Mudanças desejadas
▪ Autonomia; ▪ Identidade; ▪ Autoria; ▪ Liberdade; ▪ Contextos variados.	▪ Baixa autoestima; ▪ Desinteresse em mudanças.	Protagonismo
▪ Manifestação sociocultural compartilhada; ▪ Formação - compartilhamento; ▪ Formação - coletividade; ▪ Socialização; ▪ Sustentabilidade; ▪ Produtividade.	▪ Recursos inadequados; ▪ Não comprometimento.	Acordos coletivos
▪ Sustentabilidade; ▪ Produtividade.	▪ Baixa autoestima; ▪ Orgulho; ▪ Acomodação.	Liderança
▪ Problemas do artesanato; ▪ Variedade de contextos.	▪ Recursos inadequados.	Parcerias

Fonte: Autora da Pesquisa.

3. 2 Estrutura compositiva

Orientando-se pelas diretrizes, os conhecimentos são os objetos de ação, objetivos e resultados do programa. Todos os seus processos se estabelecem com base em, agem em consonância com e são trabalhados por meio dos conhecimentos tácitos e explícitos do artesanato, do design e da gestão. Também seu propósito é gerar, reunir e incorporar conhecimentos e, conseqüentemente, seus resultados são igualmente conhecimentos. Eles, portanto, iniciam, centralizam e finalizam o esquema.

Este parâmetro é um diferencial porque constitui o programa como um sistema de competências retroalimentado com conhecimentos novos e/ou reconstruídos. Não apenas apresenta a soluções de problemas, mas também capacita para a identificação das diversas possibilidades e da decisão mais adequada. Com isso, explora e desenvolve os saberes de seus próprios atores, opera com recursos acessíveis, investe em cenários reais e trabalha com resultados e conclusões percebidas e escolhidas.

Também seu ativo principal, o conhecimento, é um recurso sustentável ao ser ilimitado e abundante. A coletividade é sua qualidade inerente, podendo ser usufruído e utilizado por muitos ao mesmo tempo. Tem a capacidade de ser compartilhado, sem sua perda ou transferência (enquanto mudança de dono). Com essas características permite liberdade e flexibilidade diante de suas possibilidades de utilizações.

Associado a esse participante fundamental (o conhecimento), a estrutura lógica do Design Compartilhado se compõe de outros componentes relacionados e coordenados entre si: objetivos, agentes atuantes, unidades de atuação e metodologia de ação. Os objetivos expressam a aplicabilidade, a funcionalidade e o propósito dos conhecimentos. A conquista desses objetivos é promovida pelos agentes atuantes. Os conhecimentos deles são empregados nas unidades de atuação. E a metodologia de ação define o processo de trabalho nessas unidades para alcançar o objetivo geral do programa (construção da rede de conhecimentos) e os objetivos da comunidade produtiva artesanal (desenvolvimento da atividade enquanto produção e negócio).

3.2.1 Objetivos

O Design Compartilhado, sendo um programa de interação do design e do artesanato estruturado como um sistema de gestão do conhecimento, busca construir um contexto eficaz para o desenvolvimento das comunidades produtivas artesanais por meio do compartilhamento de conhecimentos. Para tanto, objetiva prover os artesãos de conhecimentos (conceitos, fundamentos, elementos de ação, métodos, sistemas, entre outros) que orientem suas decisões e otimizem suas ações, a construção da rede de conhecimentos.

Conseqüentemente, busca alcançar os elementos constituintes das organizações produtivas: metas (objetivos mensuráveis), missão (finalidade básica de atuação) e visão (estado futuro desejado). Esse programa propõe para as comunidades:

- Visão: Ser referência de cooperativa/grupo artesanal na produção de 'seu tipo de artefatos artesanais'⁴⁰.
- Missão: Desenvolver 'artefatos artesanais'⁴¹ com (a) eficiência funcional, (b) qualidade estética, (c) representatividade simbólica e (d) sustentabilidade.
- Metas: (a) aumentar a competitividade da cooperativa/grupo; (b) aumentar as vendas; (c) reduzir perdas; e (d) participar do Centro de Artesanato de Pernambuco.

⁴⁰ substituir pelo produto específico ou tipo de artesanato da comunidade.

⁴¹ substituir pelo produto específico ou tipo de artesanato da comunidade.

Essa configuração dos seus objetivos como um plano de negócio é uma distinção do programa. Quando estrutura seus componentes compreendendo as produções artesanais além de uma prática sociocultural, mas igualmente como uma atividade econômico-comercial, demonstra as necessidades legítimas do projeto, amplia o alcance de suas ações, torna o projeto mais real e desenvolve resultados multifuncionais.

3.2.2 Os agentes atuantes

Os conhecimentos são fornecidos, construídos e trabalhados por múltiplos atores através da cooperação e do trabalho coletivo (por todos e para todos). No contexto do artesanato, são identificados três principais agentes atuantes: artesãos, mercado e parceiros.

Eles representam o contexto e alcançam os conhecimentos dos três domínios das atividades produtivas: organização, mercado e sociedade. O âmbito organizacional (fator interno) corresponde às características, necessidades, limitações, estrutura material, filosofia, entre outras, da atividade produtiva. O mercado (fator externo) representa o 'ambiente' social para transações comerciais enquanto demanda econômica, consumo coletivo ou grupo de consumidores potenciais e áreas de atuação. A sociedade (fator externo) se compõe pelos elos significativos e compartilhados para a interação e expressão coletiva. No cenário externo, o programa visa construir uma imagem positiva dos produtos e da organização e ofertar artefatos e serviços de qualidade e de interesse. No ambiente interno, busca tanto objetivos financeiros (geração de renda) como socioculturais (ocupação e expressão cultural) e individuais (saúde, segurança e satisfação). Estes parâmetros são importantes para o artesanato, pois são componentes de seu conceito: manifestação sociocultural e atividade econômica.

Os artesãos, os responsáveis em realizar na prática a produção e as mudanças, são o ponto central do sistema. Todo o processo é direcionado para eles; os conhecimentos são construídos e as ações trabalhadas por eles. Suas necessidades, desejos, repertórios, habilidades entre outras características são bases primárias de informação, pois indicam capacidade de compreensão, aceitação e interesse, elementos estruturadores do processo de comunicação necessários a construção e compartilhamento de conhecimentos. Quando incorpora os objetivos do programa, comprometem-se e envolvem-se com seu atendimento e seu desempenho.

O mercado, contudo, é um componente funcional no processo, pois representa quem interpreta as mensagens, consome os artefatos artesanais, visita as comunidades dos artesãos. Compreende os consumidores efetivos e potenciais do artesanato e o ramo da atividade, identificado por essa pesquisa como mercado turístico, mercado da moda e mercado conceitual. Participa como orientador e informante dos pré-requisitos

(necessidades), das propriedades esperadas (desejos) e das qualidades diferenciais (superação de expectativa) para os produtos e serviços dos grupos produtivos artesanais. Sendo o destino dos resultados das ações produtivas, precisa necessitar, desejar e/ou se interessar pela produção artesanal.

A parceria se constitui na participação de agentes externos, sem vinculação direta com a atividade produtiva básica (o fazer as peças artesanais), com contribuições no programa (durante o projeto - temporário) e/ou na própria comunidade produtiva artesanal (pré e pós projeto - permanente). Ela permite a minimização das dificuldades e problemas ao dividir tarefas e compartilhar recursos (materiais, humanos e intelectuais). Também influencia a viabilidade e incentivo às ações no artesanato Torna-se participante interno do sistema. Sua participação acontece em 04 domínios:

- Colaboração técnica: compartilhamento de conhecimento entre parceiros e artesãos (fazendo com eles). Ações e informações são seu legado. O desenvolvimento e aperfeiçoamento de habilidades e competências é seu foco de ação, contudo, envolve também a orientação para a redesign de produtos, a reestruturação de processos, a reorganização de espaços, o reaparelhamento, entre outras. O design encontra nesta colaboração sua participação essencial, permitindo a atuação de suas diversas habilitações.
- Colaboração estratégica: atuação nas atividades complementares à atividade de produção em si como distribuição, comercialização e promoção (fazendo para eles). Os programas de governo e muitas instituições públicas e privadas são parceiros estratégicos. O Centro Pernambuco de Artesanato comercializa os produtos dos artesãos por meio do sistema de consignação. O PAB disponibiliza espaços em diversas feiras para os artesãos exporem, divulgarem e venderem seus produtos. O design também é um atuante estratégico, construindo identidade visual; planejando e executando estratégias de promoção.
- Colaboração operacional: disponibilização (doando ou emprestando a eles) de recursos materiais necessários ao desenvolvimento do programa e também à sustentabilidade da comunidade produtiva. A disponibilidade (ou doação) de espaços (terrenos ou ambientes construídos), de materiais e matérias-primas, de transporte exemplificam suas possibilidades de ação.
- Colaboração financeira: disponibilização de recursos financeiros (doando a eles) para o desenvolvimento do programa (para, por exemplo, compra de material, serviços gráficos, alimentação, diárias, hospedagem, entres outros). O apoio financeiro da atividade produtiva em si não é estimulado

pois gera dependência, não permitindo a autossuficiência e autonomia. Os programas de fomento governamentais são os principais parceiros financeiros. Muitas empresas privadas também vêm colaborando financeiramente com os mesmos.

3.2.3 Unidades de atuação

A caracterização e o próprio conceito do artesanato indicam as áreas de ação para o trabalho cooperativo com o design. Sendo uma atividade produtiva gera artefatos (produto), envolve processos produtivos (produção) e exige propriedades espaciais e ferramentais (estrutura). Enquanto patrimônio material, ele constrói produtos (produto) com expressão sociocultural (identidade). Na qualidade de patrimônio imaterial envolve processos e atores (produção) também legados socioculturais (identidade). Como uma cultura popular, constitui-se como manifestações e experiências coletivas (identidade). Sendo um negócio visa o mercado (comercialização), busca o consumo de seus produtos (comercialização) e demanda sua apresentação e divulgação (promoção). Por todas essas propriedades necessita de gestão (gestão).

Essas qualidades, portanto, apontam sete unidades de atuação:

Produto

A unidade de produto se dedica aos artefatos em si, os resultados materiais da produção. Suas ações se comprometem com a sua qualificação, trabalhando com características funcionais e estéticas, matérias-primas e acabamentos.

Produção

A produção compreende todas as ações envolvidas no processo produtivo. As metodologias de criação empregadas, os processos desenvolvidos e as técnicas características da atividade artesanal são seus objetos de estudo e de trabalho. Busca a produtividade, enquanto melhor relação possível entre o produzido e os recursos (materiais, humanos e temporais) consumidos. O desenvolvimento ou aprimoramento de habilidades e competências de ação é sua principal contribuição.

Estrutura

A estrutura se compõe pela infraestrutura produtiva. Por conseguinte, essa unidade se responsabiliza pela a estruturação das propriedades espaciais (espaço de produção) e ferramentais (mobiliário, equipamentos e ferramentas) necessárias aos processos, às atividades e à produção. Compromete-se tanto com a produtividade como com a saúde, segurança e conforto dos artesãos.

Identidade

A identidade representa o conjunto das qualidades próprias e exclusivas responsáveis em especificar e distinguir artefatos, artesãos e comunidades artesanais. Essa unidade trabalha para e com autoria, contextualidade, expressão sociocultural, entre outros. Estes são elementos constituintes do artesanato, fundamentos de sua identidade conceitual.

Esta unidade tem como objeto de estudo em destaque a iconografia e/ou simbologia expressiva do artesão e da comunidade. Elas orientam e constroem as propriedades simbólicas da identidade.

Comercialização

A unidade de comercialização se concentra em todos os fatores materiais e processuais direcionados para a venda e distribuição da produção. O sistema de venda, o espaço de comercialização, a ambientação, o sistema de exposição e as embalagens são seus principais focos de ação.

Promoção

A área de promoção se encarrega da apresentação e divulgação dos produtos, das atividades e das comunidades artesanais. Portanto, planeja e desenvolve as estratégias de promoção.

Gestão

A gestão se constitui com as decisões e ações em nível institucional estruturadas segundo a filosofia, política, cultura organizacional e elementos conceituais constitutivos (metas, objetivos, missão e visão) da organização. Portanto, trabalha com o planejamento, organização, coordenação, controle e avaliação de recursos (materiais, humanos e financeiros) e atividades.

As informações de cada uma dessas unidades (no contexto da comunidade artesanal) são transformadas em conhecimentos; os conhecimentos dos artesãos, do design e da gestão são aplicados nestas unidades, gerando novos conhecimentos.

Estas unidades particularizam o programa, tonando-o mais eficiente sua atuação com as comunidades produtivas artesanais. Essa competência se constitui quando, ao representar, especificar e individualizar os principais domínios da atividade artesanal e suas áreas problemáticas, dirige os conhecimentos e as ações, trabalhando as partes (cada setor) para a solidificação e melhoramento do todo (a produção artesanal e seu negócio).

Os fundamentos e elementos do design, portanto, são trabalhados em cada uma delas. São aplicados e compartilhados os conhecimentos e desenvolvidas as ações das 06 áreas de atuação do design definidas por essa pesquisa segundo seus resultados (capítulo 03): (1) Design gráfico; (2) Design de digital; (3) Design de produto; (4) Design de Moda; (5) Design de ambiente; (6) Gestão de design. Por meio do design da informação e do design instrucional são desenvolvidas habilidades e apresentados, explicados, compartilhados e construídos conhecimentos. Todas atuam de forma estratégica na organização, contribuindo na comunicação interna e externa, na construção de artefatos, na orientação de decisões, na coordenação de ações, entre outros benefícios.

3.2.4 Metodologia de ação

A metodologia de ação do Design Compartilhado se caracteriza como sistemática. Comporta-se como um sistema ordenado de forma consciente, percebendo cada etapa individualmente e também influente em todo o processo.

Sua estratégia são as formas de conversão dos conhecimentos efetivamente presentes nas atividades artesanais: socialização, externalização e internalização. Os conhecimentos são apresentados e discutidos com a socialização. A externalização conclui este diálogo, organizando, integrando e formalizando os conhecimentos. E a internalização consolida os conhecimentos, aplicando-os. O trabalho com esses múltiplos processos é uma singularidade em destaque do programa pois integra os conhecimentos tácitos e explícitos, explorar as diversas possibilidades de estruturação de conhecimentos e permite diferentes caminhos para a construção de conhecimento.

Concentra-se, na interação entre os atores (artesãos, parceiros e mercado), no diálogo e nas atividades práticas como ferramentas para trabalhar essas conversões de saberes. Eles permitem o intercâmbio (socialização), a expressão (externalização) e a aplicação (internalização) de conhecimentos.

Mediante a comunicação (conversas e discussões) e o trabalho em conjunto são identificados, processados (enquanto significação e aplicabilidade das informações) e compartilhados conhecimentos. Esse processo é empregado durante todo o desenvolvimento da metodologia (em cada fase, etapa e unidade de atuação). A participação efetiva e coletiva e o processo compartilhado, componentes das diretrizes gerais, são implementados com essa tática. A horizontalidade também é efetivada.

Em complementação a esse diálogo, as atividades práticas são o recurso para o trabalho efetivo de todos os conhecimentos, pois emprega as habilidades já consolidadas do artesanato (o fazer) e fornece segurança aos artesãos. Toda informação é transformada ou aplicada em exercícios práticos para sua compreensão, experimentação

e aprendizagem. As atividades devem estar associadas com o contexto produtivo específico da comunidade para melhor percepção e validação dos conhecimentos. A prática explora participação efetiva e estimula o protagonismo.

Também se qualifica com o caráter progressivo, fundamentando-se no trabalho contínuo e gradual crescente. Compreende a necessidade dos processos de reflexão, aprendizagem e mudanças acontecerem em estágios sequenciais com aprofundamento ascendente para seu desenvolvimento eficaz e sua consolidação efetiva. Essa idealização trabalha de forma cíclica.

Como visa o desenvolvimento do artesanato e de cada comunidade artesanal, o raciocínio dessa metodologia parte das referências iniciais (atuais) dos artesãos para a integração de outros conhecimentos, seus novos referenciais (a rede de conhecimentos). Assim sendo, os conhecimentos e as ações dos artesãos iniciam e finalizam todo o sistema de conhecimento.

Esses parâmetros são corroborados em sua estrutura metodológica. Suas fases, etapas, processos, ações, entre outras, refletem-nos e são guiadas por eles.

Estrutura metodológica

Diante dessas necessidades e características, a lógica de sua estrutura metodológica se fundamenta nas três principais ações comumente integrantes da maioria das metodologias: planejar, agir e avaliar. Elas permitem a compreensão do contexto atual, a projeção de um contexto desejado, a realização de ações para a concretização dessa idealização e a reflexão dos resultados dessas ações desenvolvidas. Conseqüentemente, descobrem, geram, integram e compartilham conhecimentos.

Essas ações constituem também as três fases principais desse processo metodológico: (1) Fase de Planejamento; (2) Fase de Ação; e (3) Fase de Avaliação. O planejamento identifica os conhecimentos diante dos participantes do projeto, da situação real e do cenário ideal. Com as ações esses conhecimentos são compartilhados, integrados e aplicados. A avaliação discute e aprecia os benefícios e a funcionalidade desses conhecimentos e das ações.

Fase de Planejamento: a Identificação dos conhecimentos

O planejamento é um processo de deliberação e compreensão da realidade para a construção de uma nova realidade (uma proposta). Responsabiliza-se, assim, pelo reconhecimento dos conhecimentos já envolvidos e também os ainda necessários ao desenvolvimento do artesanato.

Para tanto, exige primeiro o comprometimento dos atores para depois a caracterização e reflexão do contexto atual, a decisão das ações a serem implantadas e dos conhecimentos a serem trabalhados. Estas exigências são deferidas por meio dos resultados de outras três ações: sensibilização, diagnose e prognóstico.

Etapa 01: Sensibilização

Como observado nas dificuldades dos programas de intervenção de referências (capítulo 04) e na própria caracterização e problemática do artesanato (capítulo 02), são particularidades do contexto das comunidades artesanais a preocupação e resistência a mudanças, intervenções e interferências. Estas reações se fundamentam em diversas causas desde a "tradicionalidade" (conhecimentos ancestrais) e "contextualidade" (reflexos de especificidades) do artesanato à soberba (achar que já sabe), acomodação (estar condicionado a contextos já conhecidos) ou baixa autoestima (não se considerar capaz) dos artesãos. A não compreensão das propostas, a desarmonia de diálogos e o não empenho dos atores são igualmente problemas dos programas.

Diante dessa conjuntura, a sensibilização⁴² é a estratégia para perceber a necessidade, aguçar o interesse e construir o comprometimento com o programa, com as mudanças, com a própria atividade produtiva. Como seu resultado é estruturado o grupo de trabalho com missão coletiva.

Ela se estabelece pela interação de caráter comunicativo entre os agentes (artesãos, parceiros e mercado), organizados em encontros sistemáticos. A quantidade, frequência e duração das reuniões dependem do grupo participante (sua disponibilidade, ritmo e interesse). Apesar dessa flexibilidade, seu desenvolvimento envolve três momentos sequenciados: apresentação, concepção e compromisso.

A apresentação do Design Compartilhado inaugura o contato com a comunidade. Explica seus propósitos, funções, disposições e evidencia as competências dos seus integrantes e suas possibilidades de ação. Em consequência, demonstra o interesse e significa os benefícios do programa para o artesanato. Com isso, busca a divulgação do projeto para a motivação e integração de participantes.

O grupo é, então, constituído com a composição e compreensão dos agentes atuantes. Para tanto são necessários: (a) a caracterização dos artesãos; (b) a distinção de lideranças; (c) a construção das parcerias como também (d) a percepção de suas motivações; e (e) o reconhecimento da linguagem adequada. Essas informações permitem conhecer o grupo, identificar seus conhecimentos explorar suas potencialidades, incentiva-los a participar e conversar com eles.

⁴² tornar sensível - receptível, interessado e desejar.

O perfil dos artesãos interessados no programa é caracterizado com as qualidades significativas para a definição das individualidades e preferências (como nível de escolaridade, habilidades, interesses, dedicação, entre outras informações). Entre eles é constatado o líder para os representar, organizar e influenciar. Essa pesquisa sugere o "Protocolo de Caracterização dos Atores Produtivos" (apêndice 02) como instrumento de orientação para essa qualificação.

A partir da consciência da organização social da comunidade, são observadas as possibilidades de parcerias (como definido em agentes participantes) mesmo sem ainda a definição de suas necessidades. São detectadas as oportunidades para a cooperação com o programa e/ou com a atividade produtiva com base nas unidades de atuação (por exemplo, em produto, fornecedor de matéria-prima com doação de resíduos de produção).

Como todos os participantes possuem expectativas diversas para com o programa e seus benefícios posteriores, muitas vezes não apresentadas nem conscientes, reconhecer as motivações é fundamental para desenvolver comprometimento e interesse e para estimular o trabalho. Elas indicam o que inspira, incentiva e influencia os agentes à ação e à participação.

Perceber a forma de dialogar com os agentes, principalmente com os artesãos, é essencial para a comunicação e a integração, pois a harmonia na linguagem permite a recepção e compreensão das informações. Concordando com o Método Paulo Freire, a construção e a assimilação dos conhecimentos acontecem de forma mais natural por meio de repertórios conhecidos, informações significativas do seu contexto de vida.

Como observado no capítulo 02 - artesanato, a execução eficaz das técnicas artesanais é uma ação bastante consolidada no artesanato, também se constitui como uma expressão significativa do contexto produtivo e um destaque de competência dos artesãos. Diante dessa relevância, essa pesquisa assinala como a estratégia para a identificação dessa linguagem a realização de uma oficina orientada e ministrada pelos os próprios artesãos para o aprendizado dessas técnicas artesanais. Os designers e outros parceiros participando como alunos dos artesãos podem perceber as expressões, os vocábulos, o tom, os movimentos, as informações, os processos utilizados por eles para apresentar o conteúdo, interagir com os aprendizes. Também permite experimentar e compreender os conhecimentos conscientes e automáticos envolvidos e as dificuldades confrontadas nas atividades. Também podem participar artesãos que ainda não desenvolvem o artesanato mas se interessam por ele.

Com essa sistematização de recursos humanos e intelectuais, deve ser constituído o compromisso coletivo entre participantes. Todos devem se responsabilizar

com o artesanato, comprometendo-se em participar do projeto e colaborar para o desenvolvimento das atividades.

Essa proposta é uma inovação para os programas de intervenção quando, despertando sentimentos e emoções, prepara o contexto e compreende os envolvidos. E, ao também promover o protagonismo dos artesãos (como na oficina de técnica), trabalha com a realidade para a realidade.

Etapa 02: Diagnose

A diagnose é a caracterização e análise da realidade percebida para a definição dos pontos negativos e positivos de toda a atividade produtiva e de negócio atual. É um processo coletivo com todos os agentes debatendo as informações para ampliação do campo de visão e integração de conhecimentos.

Envolve a observação, delineamento e avaliação dos produtos, produção, estrutura, identidade, comercialização, promoção e gestão (as mesma 07 unidades de atuação apresentadas anteriormente) da comunidade produtiva para a identificação das necessidades da atividade artesanal. Para análise são discutidos as diferentes percepções das práticas desenvolvidas. Como ferramenta para esta diagnose, essa pesquisa indica o "Protocolo de Diagnose da Produção Artesanal" (apêndice 01).

Etapa 03: Prognóstico

Neste contexto, o prognóstico representa a previsão da realidade desejada com a estruturação das soluções para a transformação do diagnóstico da realidade percebida. Também exige o trabalho em conjunto de todos os agentes para maior variedade de alternativas e alcance das decisões.

Esta fase se constitui na conciliação das possibilidades com as exigências da atividade, da comunidade, do mercado e dos parceiros. Os conhecimentos da sensibilização (competências, interesses e desejos) são integrados aos conhecimentos da diagnose (qualidades, necessidades e problemas) para a construção dos novos conhecimentos.

Essa integralização se estrutura a partir dos elementos constituintes pré-sugeridos (visão, missão e metas) pelo programa (em objetivo). Eles são apresentados e discutidos com o grupo para o engajamento de todos em suas conquistas.

Delineados os objetivos e motivações, são avaliadas as potencialidades (capacidade) e as oportunidades (principalmente de mercado) da comunidade. Esta ponderação é balizada em estudos de ofertas, de demanda, de tendências

(conhecimentos do design) e no respeito às peculiaridades da comunidade para a demarcação do seu contexto de atuação.

As parcerias são reestudadas e realmente estabelecidas. São conformadas as disponibilidades de parcerias com as necessidades da comunidade e da atividade.

Com isso, são decididas e planejadas as estratégias para a construção, integração e apropriação da rede de conhecimentos. São estruturadas e organizadas as ações para melhoramento das atividades da comunidade. Ambos os processos buscam agregar os conhecimentos e ações de todos em benefício do artesanato.

Fase de ação: o compartilhamento dos conhecimentos

A concretização do planejamento se constitui nas ações. As necessidades são solucionadas, as dificuldades são superadas e os problemas minimizados pela execução das ações e a efetivação dos conhecimentos idealizados. Os conhecimentos são compartilhados e a rede de conhecimento é construída.

Para tanto, essa pesquisa, como comentado anteriormente, apresenta como estratégia de ação atividades práticas organizadas em oficinas. O trabalho com cada conhecimento é desenvolvido em cima de sua aplicação em exercícios diretamente relacionados a atividade produtiva específica da comunidade para seu aproveitamento direto e concreto.

As capacitações envolvem ainda visitas técnicas para a aprendizagem com casos de sucessos. Observar comunidades com êxitos significativos inspira, motiva e demonstra a possibilidade de conquista para o grupo.

Ações in loco são também desenvolvidas. As mudanças demandadas em cada unidade da atividade são implantadas. As habilitações do design desenvolvem as ações necessárias, de preferência com os próprios artesãos e em acordo com seus recursos disponíveis. Mesmo não gerando diretamente conhecimentos nem privilegiando o protagonismo e a autonomia dos artesãos, algumas ações são desenvolvidas efetivamente pelos parceiros pois estão fora do escopo de atuação dos artesãos mas são importantes para o desenvolvimento das atividades (por exemplo, adaptação do mobiliários, sistema de comunicação, transporte de mercadorias). A participação dos artesãos se realiza por meio da colaboração informativa, com a definição das propriedades úteis e necessárias.

Conhecimentos básicos do design a serem trabalhados

Compreendendo a produção de artefatos com um processo comunicativo, os conhecimentos básicos do design importantes para as atividades artesanais são:

- A comunicação se constitui com: (1) emissor; (2) receptor; (3) mensagem; (4) conteúdo; (5) código; (6) canal de comunicação e (7) modos de comunicação. A construção da mensagem deve se comprometer com eles;
- 08 fatores operacionais influenciam a mensagem, devendo ser analisados e trabalhados para sua construção: (1) objetivo; (2) conteúdo informacional; (3) configuração; (4) modo de expressão; (5) meios de produção; (6) recursos (7) público-alvo; e (8) circunstância de uso;
- O usuário deve ser a fonte básica e primeira de informações (produtos centrados no usuário);
- O perfil (idade, escolaridade, repertório, cultura, entre outras) dos usuários definem múltiplas necessidades, interesses, aceitação, capacidade de percepção de informações, habilidade de execução de tarefas. As características físico-cognitivas, psíquicas (emocionais) e culturais dos consumidores são informações essenciais para tomada de decisões do projeto pois indicam seus requisitos básicos;
- Todos os artefatos se compõem com 03 propriedades básicas com diferentes pesos de atuação mas mesma importância: funcional, estética e simbólica. Estas devem ser focos de atuação;
- As características visuais e estruturais dos artefatos (linguagem do produto) comunicam informações e expressam identidade;
- Palavras, números, imagens, elementos esquemáticos, formas, cores, texturas, tom, matérias-primas, modos de configuração, todos são ferramentas de comunicação. Podem ser explorados para gerar a linguagem do produto;
- Estes elementos estruturadores e variantes expressam significados e se influenciam mutuamente (adquirindo novas ou ampliadas/minimizadas características; novos conceitos);
- As expectativas básicas (características e funções inerentes), performance (propriedades principais esperadas) e fatores de excitação (diferenciação) são 03 propriedades que influenciam o nível de satisfação de seus usuários de forma decrescente, linear e crescente, respectivamente. Estas devem ser geridas em acordo com o objetivo da produção;

- A diferenciação é uma estratégia eficaz para valorização de produtos, construída principalmente com inovação e contextualização (localização, autoria, cultura e etc);
- A contextualização pode ser desenvolvida com o uso de símbolos representativos (formas, cores, texturas, entre outros). Eles devem ser identificados pelos próprios representados.

Capacitações gerais

Diante das necessidades do artesanato enquanto expressão sociocultural, atividade produtiva e de negócio, alguns conteúdos bases para as capacitações são identificados em complementação aos conhecimentos do design:

- Criatividade e inovação;
- Criação de produtos;
- Identidade - construção simbólica;
- Associativismo e Cooperativismo;
- Empreendedorismo;
- Formação de preços;
- Sustentabilidade;

Estes conhecimentos são definidos como fundamentais para o desenvolvimento eficaz das atividades produtivas e de negócio do artesanato. Outros conteúdos podem também ser trabalhados (como modelagem para produtos de moda). Contudo, a real aplicabilidade de cada um em capacitações depende das exigências da comunidade trabalhada.

Fase de avaliação: a reflexão dos conhecimentos

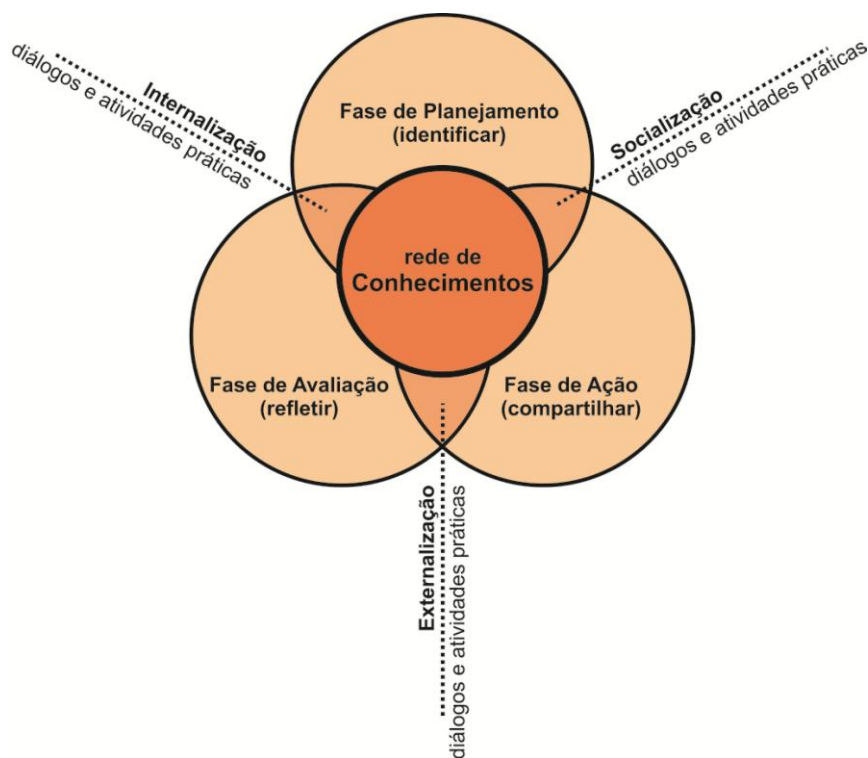
Avaliar significa examinar e valorar os resultados derivados das ações desenvolvidas e suas implicações atuais e futuras. Corresponde, no domínio dessa metodologia, a verificação do aprimoramento das competências e habilidades e a assimilação dos conhecimentos.

Deste modo, esta fase reavalia o novo contexto da atividade artesanal através da reflexão da rede de conhecimento construída. São discutidos a funcionalidade, as possibilidades de ação e os resultados desse sistema de conhecimento. E são apreciadas as repercussões das mudanças e reestruturações implementadas nos

produtos, produção, estrutura, identidade, comercialização e promoção da atividade artesanal. Estas práticas buscam a conclusão de todo o processo desenvolvido para seu reinício ou finalização.

Por fim, em consequência, também consiste na avaliação do Design Compartilhado, da integração do design e do artesanato. Sua aplicabilidade, benefícios e deficiências são delineados. A figura 84 estrutura de forma esquemática a metodologia.

Figura 84: Esquemática base da metodologia.



Fonte: Autora da pesquisa

Ferramentas

Os Protocolos indicados por essa pesquisa se comportam como formulários semiestruturados, compostos por possibilidades de qualificação da caracterização e da problematização da comunidade artesanal diante das sete unidades de atuação. Eles são instrumentos produtos de experiências reais (como sua aplicação na pesquisa de campo do capítulo 02), funcionando ao mesmo tempo como orientadores (indicando focos de observação e de questionamentos, por exemplo) e como compiladores de resultados.

Relação entre os parâmetros e as diretrizes gerais

A Tabela 4 apresenta as correlações entre o artesanato, as diretrizes gerais e as qualidades do Design Compartilhado.

Tabela 4: Artesanato, Diretrizes Gerais e o Design Compartilhado.

Diretrizes	Características do Programa
Conhecimento	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Objetos de ação; ▪ Objetivos; ▪ Resultados.
Atividades práticas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estratégias de ação; ▪ Oficinas.
Artesão	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agente participante.
Flexibilidade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodologia - contextualização.
Horizontalidade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diálogo; ▪ Interação.
Cíclico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistemática; ▪ Caráter progressivo.
Participação efetiva	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diálogo; ▪ Interação; ▪ Atividades práticas; ▪ Metodologia - participação coletiva.
Participação coletiva	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diálogo; ▪ Interação; ▪ Metodologia - participação coletiva.
Processo progressivo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Caráter progressivo;
Processo compartilhado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diálogo; ▪ Interação; ▪ Metodologia - participação coletiva.
Identidades locais	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodologia - contextualização.
Individualidade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodologia - contextualização.
Preferências	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodologia - contextualização.
Contexto de vida	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodologia - contextualização.
Organização social	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodologia - contextualização
Mudanças desejadas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodologia - contextualização
Protagonismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atividades práticas.
Acordos coletivos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metodologia - participação coletiva.
Liderança	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etapa de sensibilização.
Parcerias	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agente atuante; ▪ Metodologia - participação coletiva.

Fonte: Autora da Pesquisa.



CAPÍTULO 07
CONCLUSÕES

1 Conclusão

Como discutido em todo esse estudo, o artesanato se constitui como um produto e um processo, como uma atividade produtiva e um negócio, como uma expressão sociocultural e uma possibilidade econômica. Essas propriedades refletem as exigências básicas para o desenvolvimento eficaz, a sustentabilidade e a representatividade das atividades e dos artefatos artesanais: múltiplos conhecimentos e ações articulados e transdisciplinares.

O conceito de artesanato dessa pesquisa engloba essas qualificações em um contexto contemporâneo. Considera três componentes fundamentais (1) soberania do fazer manual, (2) identidade dos autores e (3) valor sociocultural. Não se preocupa com a escala produtiva, a diferenciação forte dos artefatos, a divisão de tarefas ou com a tradição das técnicas ou a participação de ferramentas mais complexas pois essas características não descaracterizam o artesanato, apenas o contextualizam na contemporaneidade.

A diagnose do artesanato, contudo, assinala problemas e dificuldades confrontados pelas comunidades produtivas artesanais. Ambos demonstram negligência com alguns conhecimentos essenciais, descuido com ações e desatenção com decisões importantes (problema de pesquisa).

Compreendendo sua importância e percebendo sua problemática, essa pesquisa vivenciou como questionamento primário o caminho mais eficaz e ao mesmo tempo mais adequado ao seu contexto e conceito para o progresso das atividades artesanais. Como solução, indica o trabalho colaborativo, a parceria entre o artesanato e o design.

A colaboração vem acontecendo por meio de programas de intervenção. Essa prática, como observam alguns dos seus executores, também perpassa por dificuldades com o próprio termo 'intervenção' e com alguns problemas estruturais e metodológicos, não permitindo a consolidação dos benefícios dos programas.

Essa perspectiva estabeleceu nova deliberação direcionada para as possibilidades do design em cooperar com o aperfeiçoamento das atividades artesanais, a sustentabilidade das comunidades produtivas e a valorização do artesanato (questão de pesquisa). Deste modo, a fundamentação teórica e a análise dos estudos de campo, permitiram concluir que a gestão do conhecimento é uma estratégia competente para prover os artesãos de instrumentos materiais e intelectuais para eles protagonizarem a potencialização de suas próprias atividades.

Assim sendo, essa pesquisa buscou unir essas duas conclusões (programas de intervenção de design e gestão do conhecimento) por meio de um programa de interação

do design e do artesanato com base na articulação de conhecimentos, denominado por essa pesquisa como **Design Compartilhado** (objetivo geral da pesquisa). Ele se fundamenta em diretrizes gerais construídas com base (a) na caracterização, necessidades e problemas do artesanato; (b) nos pontos positivos e negativos dos programas referências e (c) nos princípios e elementos do design e da gestão do conhecimento (objetivos específicos da pesquisa). Sendo balizado em contextos reais, o programa se destina à composição de cenários adequados ao artesanato, enquanto ambiente de aprendizado, diálogos representativos, ações relevantes e conhecimentos significativos.

O Design Compartilhado idealiza seus objetivos como expressão dos propósitos do programa (construção da rede de conhecimentos) mas também do significado e razão da atividade produtiva (realização da missão, visão e metas sugeridas). Essa estruturação de sua função tanto como projeto de ação como plano de negócio é uma peculiaridade do programa. Ela o torna um elemento da própria comunidade, incorporando suas necessidades, desejos, interesse e particularidades. Sua estrutura lógica (unidades de atuação, metodologia e ação), portanto, reflete a realidade com resultados multifuncionais.

A participação coletiva e a contextualidade são seus fundamentos bases. O trabalho cooperativo e em conjunto amplia o campo de visão e as possibilidades de ação quando participam e são partilhados diversos conhecimentos. Respeitar e aproveitar identidades, particularidades, interesses, preferências, dinâmicas, ritmos e referenciais exploram as potencialidades e os diferenciais. Ambas as bases geram comprometimento e engajamento quando são expressão compartilhada, representam ato coletivo e integram necessidades, desejos, contextos e competências.

O programa se constitui como um sistema de conhecimentos, nutrido e reorganizado constantemente com conhecimentos novos ou resignificados. Para isso, os conhecimentos são identificados, compreendidos, compartilhados, aplicados, associados, entre outras, formando a rede de conhecimentos.

Pelas qualificações cultural (expressão simbólica), social e econômica (negócio) do artesanato, a rede de conhecimentos demanda conhecimentos da organização (enquanto a comunidade produtiva - os artesãos e sua estrutura), do mercado (enquanto os consumidores ativos e potenciais e setor de atuação), da sociedade (enquanto propriedades coletivas e possibilidades de parceiros). O programa, então, qualifica-os como seus agentes atuantes. Essa participação contextualiza (especificando a comunidade) e ao mesmo tempo trabalha em um cenário completo.

Ele é estruturado com os conhecimentos como foco, objeto de ação e objetivo, abordagem diferencial e de destaque do programa. Os conhecimentos iniciam o processo, são as ferramentas para suas ações e são resultados delas. Quando a conquista dos artesãos é o conhecimento, edifica bases para os próprios artesãos elaborarem as ideias, orientarem suas decisões e desenvolverem suas ações. Portanto, instrumentaliza e informa.

Os conhecimentos são localizados, empregados e trabalhados nos produtos, na produção, na estrutura, na identidade, na comercialização e na promoção (as unidades de atuação do programa). Elas refletem, especificam e destacam as próprias necessidades do artesanato. Igualmente elas ressoam as habilitações do design. Em consequência, direcionam as análises, dirigem as ações e detalham os conhecimentos desenvolvidos com a metodologia.

Sua metodologia indica o caminho a ser seguido, as ações a serem implantadas e os resultados a serem alcançados para o alcance dos objetivos do programa e da comunidade. Sua força de atuação e importância se destacam pois as diretrizes básicas estão presentes em toda a sua composição, organização e funcionalidade. Compromete-se com as demandas da atividade; as necessidades do grupo, a potencialização da participação dos artesãos e com a superação dos problemas do artesanato e das dificuldades dos programas de intervenção.

Ela se caracteriza como sistêmico-progressiva. Compreende todo o programa como uma estrutura composta por unidades interligadas e inter-relacionadas com funcionalidade construtiva e influente no todo. E recomenda o processamento sucessivo e gradual crescente. Portanto, reconhecendo os processos comunicativo e de aprendizado dos artesãos, emprega suas recomendações e explora suas qualificações.

Sua fases (planejamento, ação e avaliação) expressam ações básicas, mas representam funções elementares, estruturais e essenciais. Envolve a identificação dos conhecimentos no planejamento, seu compartilhamento com as ações e sua reflexão com a avaliação dessas ações e de seus resultados - suas fases naturais. Essa abordagem personaliza a metodologia como um sistema de gestão do conhecimento, estruturando o processo de construção, integração e organização dos conhecimentos; singularizando o programa.

As fases se constituem em etapas distintas (fase de planejamento) ou em ações individuais (fases de ação e de avaliação) mas comprometidas com seus objetivos. O planejamento exige sensibilização, diagnose e prognóstico para a estruturação do grupo de trabalho e a construção do plano de ação. A fase ativa envolve ações *in loco*,

capacitações e visitas técnicas. E a avaliação discute, aprecia e mensura todo o processo, os resultados e o programa, reavaliando o contexto novo.

A sensibilização é, contudo, um grande diferencial do programa. É responsável em construir o compromisso coletivo, compreendendo, motivando e integrando os agentes atuantes por meio emoções e ligações.

A rede de conhecimentos envolve a socialização, externalização e internalização dos saberes. Os conhecimentos tácitos são compartilhados com a socialização, transformados em conhecimentos explícitos com a externalização e estes são apropriados como tácitos na internalização. Estas conversões de conhecimentos acontecem por meio do diálogo e de atividades práticas.

O diálogo é uma estratégia de concepção, participação, interação e compartilhamento trabalhada pelo programa. Esse intercâmbio dialético promove a compreensão dos participantes, envolvendo-os, apresentando seus referenciais teóricos e práticos de comunicação e de ações, compartilhando suas ideias, entre outros.

A estratégia principal para a internalização são exercícios diretamente relacionados às técnicas e outras ações do artesanato desenvolvido. Elas apresentam, experimentam e aplicam esses conhecimentos, permitindo sua compreensão, assimilação e consolidação.

Não é um programa que faz por eles, mas ensina a fazer e /ou faz com eles. Compreendendo a necessidade dos artesãos em serem protagonistas de suas próprias ações, trabalha para prepará-los para agirem sem dependerem de ninguém nem de programas.

Também percebendo que os artesãos não podem (nem devem) ser responsáveis por tudo, defende a parceira como uma possibilidade eficaz de colaboração para unir esforços e partilhar interesses. Tem uma visão ampla desse processo colaborativo, estruturando múltiplas possibilidades: colaboração técnica, colaboração estratégica, colaboração operacional e colaboração financeira. Permite, com isso, diferentes compromissos e envolvimento.

Mesmo diante dessa lógica construtiva e de sua fundamentação analítica, o Design Compartilhado possui limitações. Como foi construído com base em quatro programas de intervenção específicos, comunidades artesanais nordestinas e conhecimentos de design pode se representativo de um contexto particular (não generalizado). Contudo, acredita-se num cenário geral semelhante, pelo menos em necessidades e exigências básicas.

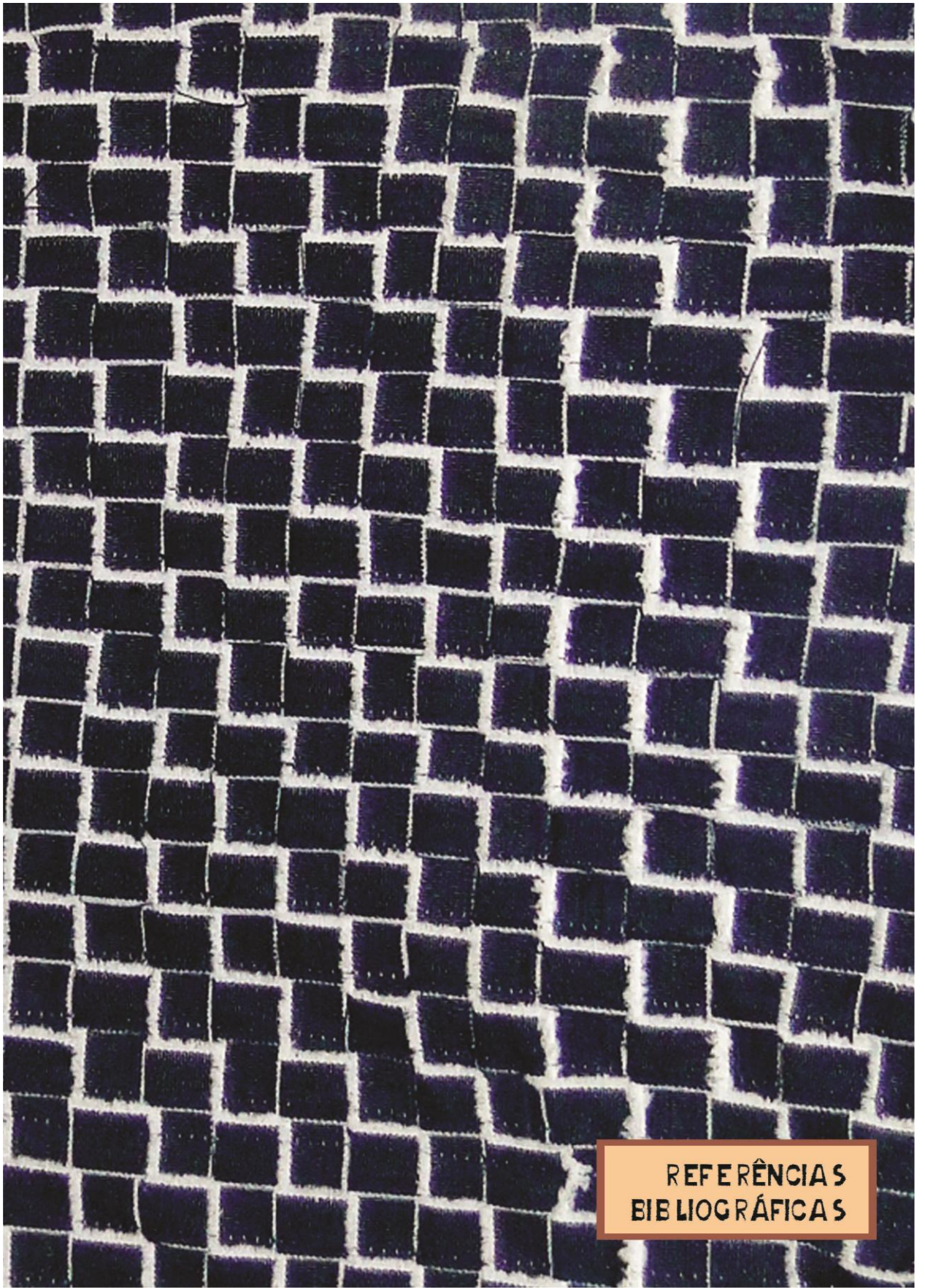
A diagnose dos programas de intervenção de referência foi construída balizada na conscientização de alguns de seus agentes executores, numa amostragem qualitativa. Ela pode ser aperfeiçoada e corroborada por meio da percepção dos artesãos envolvidos nos projetos, um estudo complementar. Eles podem indicar (a) o que não compreenderam e não gostaram, (b) o porquê de não seguirem as instruções e/ou não implementarem as propostas, (c) novas estratégias de ação; (d) novas necessidades a serem trabalhadas, entre outras.

É um projeto teórico com aplicabilidade prática, mas nunca foi testado, apenas construído com base em pesquisas e fenômenos reais. Portanto, sua experimentação em comunidades produtivas artesanais é recomendada como pesquisa futura para comprovar sua funcionalidade, legitimar sua viabilidade, validar seus elementos (objetivos, unidades de atuação, metodologia e ações) e avaliar seus benefícios.

Também, como sua metodologia de ação tem caráter geral, poderia ser complementada com conhecimentos de educação, cognição e administração. Eles podem ampliar a abrangência e a eficácia do programa, disponibilizando novas ferramentas de aprendizado, integrando outros conhecimentos e trabalhando com diferentes ações.

Enfim, o Design Compartilhado, independente de suas limitações e complementos, contribui para o desenvolvimento sustentável de comunidades artesanais ao construir uma rede de conhecimentos que instrumentam e orientam seus próprios artesãos. Apresenta, e até efetiva, soluções para necessidades reais mas fora do escopo de atuação dos artesãos, as parcerias. E também instrui e conduz o processo de integração do design e do artesanato.

O programa, exigindo a contextualidade, é flexível, aplicando-se e adaptando-se a múltiplas comunidades e a diferentes contextos. É motivador e participativo ao agir de forma horizontal, promovendo o protagonismo e a liderança dos próprios artesãos. Sendo cíclico, permite reavaliações, estimula discussões e reflexões,



**REFERÊNCIAS
BIBLIOGRÁFICAS**

Referências Bibliográficas

ABBONIZIO, M. A. de O.. **Aproximação teórica das intervenções de design no artesanato com os princípios pedagógicos de Paulo Freire**: caminhos para uma prática emancipatória. 2009. Dissertação de mestrado. Curso de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2009.

ALMEIDA, J. D. de; DANTAS, L. C.; GUIMARÃES, L. E. C.. A intervenção do design e a valorização de produtos artesanais em base territorial: estudos de caso do Rio Grande do Norte - nordeste - Brasil. In: **Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, 28, 2008, Rio de Janeiro. Anais Eletrônicos XXVIII do Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Rio de Janeiro: [S.I.], 2008. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/publicacoes/index.asp?num=141&Pagina=7&kual=next&pchave=&ano=2008&his_enegep=s>. Acesso em: 15 de abril de 2014.

ALMEIDA, J. D. de.. **Modelagem Situada de Metodologia da Oficina de Desenho de Renda de Bilros**. 2010. Dissertação de mestrado. Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2010.

ANDRADE, M.M.. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 7ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ANDRADE, A.M.Q.; CAVALCANTI, V.P.. **Imaginário Pernambucano**: design, cultura, inclusão social e desenvolvimento. Recife: Zoludesign, 2006.

AQUINO, R. S. L. de. **História das Sociedades** - das comunidades produtivas às sociedade medievais. 3.ed. Rio de Janeiro: Imperial Novo Milênio, 2003.

ARNHEIM, R. **Arte e Percepção Visual**: uma psicologia da visão criadora. 12 ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 2000.

BARROS, L. A. dos S.. **Design e Artesanato** - As trocas possíveis. 2006. Dissertação de mestrado. Curso de Pós-Graduação em Design, Departamento de Artes & Design da PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2006.

BARROSO, E.. **O que é Artesanato** - primeiro módulo. São Paulo, [S.I.], 2001a. Disponível em: <http://www.eduardobarroso.com.br/design_artesanato.htm>. Acesso em: 15 de abril de 2013.

BARROSO, E.. **Artesanato e Mercado** - segundo módulo. São Paulo: [S.I.], 2001b. Disponível em: <http://www.eduardobarroso.com.br/design_artesanato.htm>. Acesso em: 15 de abril de 2013.

BAXTER. M. R.. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. Trad Itiro Lida. 2ed. São Paulo: Editora Blucher, 2000.

BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo Editora Blucher, 2011.

BORGES, A.. **Design + Artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.

BRASIL. Decreto-Lei N.º25/1937, 30 de novembro de 1937. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Rio de Janeiro, 1937. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0025.htm>. Acesso em: 24 de maio de 2013.

BRASIL. Decreto N.º5.753, 12 de abril de 2006. Promulgação da Convenção da UNESCO para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, Paris, 2003. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5753.htm> Acesso em: 12 de agosto de 2013.

BRASIL. **Programa do Artesanato Brasileiro**. Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Brasília, 2012. Disponível em <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1347644592.pdf>. Acesso em: 15 de agosto de 2013.

BRUNNER, R.; EMERY, S.. **Gestão Estratégica de Design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2010.

BURDEK, B.E. **História, Teoria e Prática do Design de Produtos**. Trad Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Editora Edgard Blucher LTDA, 2000.

CAVALCANTI, V. P.; ANDRADE, A. M. Q.; SILVA, G. D. A. Modos de fazer: uma experiência em processo de criação compartilhado e modelo de atuação transdisciplinar na relação entre *design* e artesanato. **VIRUS**, São Carlos, n. 6, dez. 2011. Disponível em: <<http://www.nomads.usp.br/virus/virus06/?sec=4&item=7&lang=pt>>. Acesso em: 13 de maio de 2014.

CHIAVENATO, I.. **Administração: Teoria, Processo e Prática**. 4ª edição. São Paulo: Campus: 1994.

CHING, F.D.K. **Arquitetura: forma, espaço e ordem**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

FUNDARTE. Relatório de atividades 2003. Rio de Janeiro: FUNARTE, 2003. Disponível em <www.funarte.gov.br/wp-content/uploads/2010/11/relatv2003.pdf>. Acesso em: 18 de novembro de 2013.

GOODMAN, N. **Languages of art, an approach to a theory of symbols**. Inglaterra: Oxford U.P, 1976.

GOMBRICH, E.H. **Arte e Ilusão**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

FRANÇA,R. A.. Design e Artesanato: uma proposta social. **Revista Design em foco**, Salvador, v.II, n.02, julho-dezembro 2005, p.09-15.

FREITAS, A.L.C.. **Design e Artesanato**: uma experiência de inserção da metodologia de projeto. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2011.

IBGE. Ministério da Cultura. **Pesquisa de Informações Básicas Municipais**: Perfil dos Municípios Brasileiro 2006 - MINC 2006. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em <<http://www.ibge.com.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2006/munic2006.pdf>> . Acesso em: 16 de abril de 2013.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

HORN, R.. Functional Semantics of content. **Visual Language**, [S.I.], n.7, p.171-172, 1998.

INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN. **Definition of design**. Tradução Renata Garcia Wanderley. Disponível em: <<http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>>. Acesso em: 06 outubro de 2013

KOTLER, P.. **Administração de Marketing**: Análise, Planejamento e Controle. 5ed. São Paulo: [S.I.], 1998.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M. de A.. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 4.ed. São Paulo: Atlas 1992.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M. de A.. **Fundamentos de metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas 2003.

LEON. E.. Design e artesanato: relações delicadas. **Revista D'ART**,. São Paulo, n.12, p.64-67, 2005.

LINDWELL, W.; HOLDEN, K.; BUTLER, J.. **Princípios Universais do Design**. Trad. Francisco Araújo Costa. Porto Alegre: Bookman, 2010.

LOBACH, B.. **Design Industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. trad FreddyVan Camp. São Paulo: Editora Blucher, 2001.

MARINHO, H.. **Artesanato**: tendências do segmento e oportunidades de negócios. Rio de Janeiro: SEBRAE/RJ, 2007. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/1E54FD5A8D8594EE8325735B006E1BBE/\\$File/NT0003610A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/1E54FD5A8D8594EE8325735B006E1BBE/$File/NT0003610A.pdf)>. Acesso em: 16 de abril de 2013.

MARTINS,R.F. de F.; MERINO, E.A.D.; **A Gestão de Design Como Estratégia Organizacional**. 2.ed. Rio de Janeiro: Rio Book, 2011.

MEDEIROS, J.; MENDES, M. D.; CORRÊA, S.; SILVA, M. C. da; CASAGRANDE, E.F.. Aproximação do design e artesanato para um desenvolvimento sustentável, na comunidade de Guaraqueçaba-PR. In: **Congresso Acadêmico sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**, 2006, Rio de Janeiro. Anais Eletrônicos do **Congresso Acadêmico**

sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, Rio de Janeiro: [S.I.], 2006. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estruturauniversitaria/diretorias/dirppg/grupos/tema/10aprox_design_artesan_guaraq.pdf>. Acesso em: 16 de abril de 2014.

MOZOTA, B.B.; KLOPSCH, C.; COSTA, F.C. X. da. **Gestão do Design** - Usando o Design para Construir Valor de Marca e Inovação. Trad Lne Belon Ribeiro. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MUNARI, B.. **Das coisas nascem as coisas**. Trad José Manuel de Vasconcelos. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2001.

PRODANOV, C.C.; FREITAS, E.C.de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIOS, I.G. T.; MARTINS, D. M.; FREITAS, L. G. de; OTONI, L. S.; BORGES, F. H. M.; S., Vivian B.. Projeto Minas Raízes: Capacitação de Artesãos em Nova Lima - MG. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 9, 2010, São Paulo. Anais do 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: [S.I.], 2010. Disponível em: <<http://blogs.anhembri.br/congressodesign/anais/artigos/69821.pdf>>. Acesso em: 16 de abril de 2014.

SEBRAE. **Programa SEBRAE de Artesanato**: Termo de Referência. Brasília, DF, 2004.

SEBRAE. **Programa SEBRAE de Artesanato**: Termo de Referência. Brasília, DF, 2010.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: UFSC, 2005.

TAKEUCHI, H.; NONAKA, I.. **Gestão do Conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

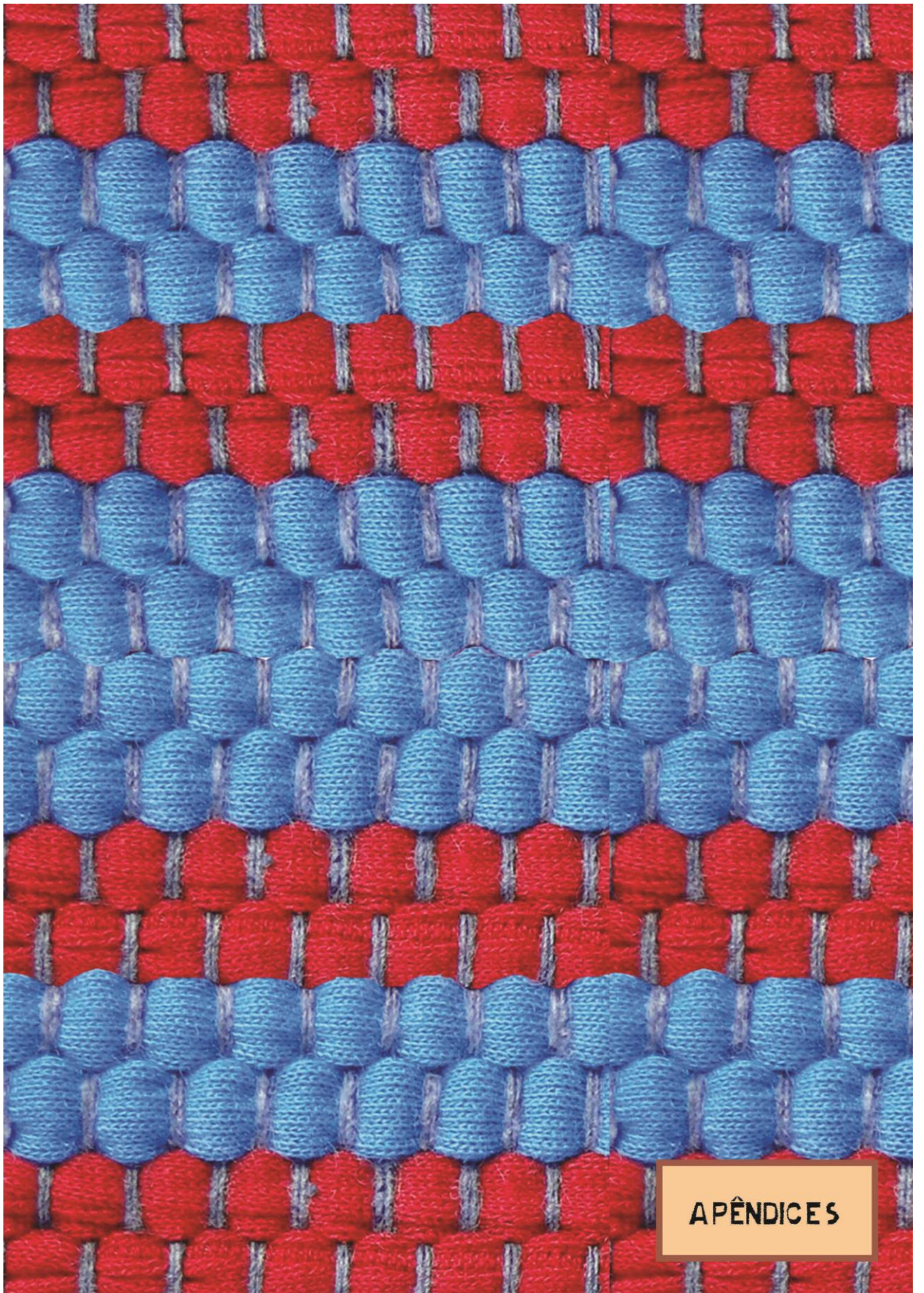
TWYMAN, M. L.. A schema for the study of graphic language. **Processing of visible language**. Ed Paul A. Kolers, Merald E. Wrolstad & Herman Bouma. Nova Iorque: Plenum Press, 1979. v.1, p.117-150.

TWIMAN, M.. Using Pictorial Language: A Discussion of the Dimensions of the Problem. **Designing Usable Texts**, Ed. Thomas Duffy e Robert Walker. [S.I.]: Academic Press, 1985, v.13, p. 245–312.

VAN DER WAARDE, K. The graphic presentation of patient package inserts. In: **Visual information for everyday use: Design and research perspectives**. ZWAGA, H. J.G. BOERSEMA, T. HOONHOUT, H. C. M. (Ed). Londres, Taylor & Francis, 1999. p. 75-81.

VANOYE, F.. **Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita**. 9ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

VASCONCELOS, A. K. H.; LEAL, R. de L. de M.; PINTO, M. V. S.. Intervenção do design num grupo de produção artesanal. **Qualit@s Revista Eletrônica**, [S.I.], 2009, v.9, n.1.



APÊNDICES

Apêndices

Apêndice 01

Protocolo de Diagnóstico da Produção Artesanal

CARACTERIZAÇÃO		
Produto		
<u>Tipo de Artesanato</u> <input type="checkbox"/> Artesanato Tradicional <input type="checkbox"/> Artesanato de referência cultural <input type="checkbox"/> Artesanato conceitual <input type="checkbox"/> Industrianato <input type="checkbox"/> Artesanato indígena		
<u>Função dos Artesanatos</u> <input type="checkbox"/> Utilitária <input type="checkbox"/> Decorativa <input type="checkbox"/> Adornos e acessórios <input type="checkbox"/> Religiosa / litúrgica <input type="checkbox"/> Lúdica <input type="checkbox"/> Educativa <input type="checkbox"/> Resgate e Lembranças		
<u>Matéria-prima</u>		
<input type="checkbox"/> Mineral <input type="checkbox"/> Animal <input type="checkbox"/> Vegetal <input type="checkbox"/> Mineral + animal + vegetal	<input type="checkbox"/> Natural <input type="checkbox"/> Processada <input type="checkbox"/> Reciclada	Qual?
Processos		
<u>Agentes de trabalho</u> <input type="checkbox"/> Mestre artesão <input type="checkbox"/> Artesão <input type="checkbox"/> Aprendiz		
<u>Fases</u> Fase de preparação Fase de construção Fase de acabamento	<u>Técnicas</u>	
Estrutura		

<u>Ambiente de produção</u> <input type="checkbox"/> não especializado <input type="checkbox"/> específico <input type="checkbox"/> doméstico <input type="checkbox"/> oficina	<u>Mobiliário</u> <input type="checkbox"/> não especializado <input type="checkbox"/> específico	<u>Ferramentas</u>
Comercialização		
<u>Mercado</u> <input type="checkbox"/> mercado turístico <input type="checkbox"/> mercado da moda <input type="checkbox"/> mercado conceitual		
<u>Sistema de comercialização</u>		
<input type="checkbox"/> venda direta com os artesãos <input type="checkbox"/> espaço de produção como ponto comercial <input type="checkbox"/> espaços específicos para <input type="checkbox"/> feiras locais <input type="checkbox"/> feiras nacionais	<input type="checkbox"/> intermediários <input type="checkbox"/> centros culturais <input type="checkbox"/> lojas particulares	<input type="checkbox"/> comércio eletrônico
<u>Ambiente de comercialização</u>		
Organização		
<input type="checkbox"/> Núcleo de produção familiar <input type="checkbox"/> Grupo de produção artesanal <input type="checkbox"/> Núcleo misto <input type="checkbox"/> Empresa artesanal <input type="checkbox"/> Associação <input type="checkbox"/> Cooperativa		

DIAGNÓSTICO PRBLEMÁTICO
Produto
<input type="checkbox"/> propriedades inadequadas <input type="checkbox"/> defeitos <input type="checkbox"/> matéria-prima inadequada <input type="checkbox"/> acabamento ruim <input type="checkbox"/> outros
Produção
<input type="checkbox"/> metodologia projetual inadequada - peças ruins <input type="checkbox"/> metodologia projetual inadequada - perda de material <input type="checkbox"/> processos inadequados - resíduos

<input type="checkbox"/> processos inadequados - perdas <input type="checkbox"/> processos inadequados - produtos com defeitos <input type="checkbox"/> técnicas pouco explorada <input type="checkbox"/> outros
Estrutura
<input type="checkbox"/> ambiente inadequado <input type="checkbox"/> mobiliário inadequado <input type="checkbox"/> ferramenta problemática <input type="checkbox"/> outros
Comercialização
<input type="checkbox"/> não acomodação de oferta e demanda - produtos sem diferenciação <input type="checkbox"/> não acomodação de oferta e demanda - produtos sem variação <input type="checkbox"/> não acomodação de oferta e demanda - produtos com aplicações desvalorizadas <input type="checkbox"/> mercado inadequado <input type="checkbox"/> sistemas de exposição ineficiente - organização <input type="checkbox"/> sistemas de exposição ineficiente - exibição <input type="checkbox"/> ambiente descontextualizado <input type="checkbox"/> embalagem inexistente <input type="checkbox"/> embalagem inadequada <input type="checkbox"/> dependência de intermediário para a comercialização <input type="checkbox"/> outros
Identidade
<input type="checkbox"/> temas descontextualizados <input type="checkbox"/> características descontextualizados <input type="checkbox"/> identidade visual inexistente <input type="checkbox"/> identidade visual inadequada <input type="checkbox"/> outros
Promoção
<input type="checkbox"/> sistemas de promoção e divulgação inexistentes <input type="checkbox"/> sistemas de promoção e divulgação inadequados <input type="checkbox"/> outros
Gestão
<input type="checkbox"/> sistemas de gestão inexistente <input type="checkbox"/> sistemas de gestão inadequado <input type="checkbox"/> outros

Protocolo de Caracterização dos Atores Produtivos

CARACTERIZAÇÃO DOS ARTESÃOS	
<u>Sexo</u> (quantidade) () Feminino () Masculino	<u>Idade</u> (quantidade) () Abaixo dos 10 anos () De 11 aos 17 anos () De 18 aos 29 anos () De 30 as 59 anos () Acima 60 anos
<u>Relação com o local</u> (Onde nasceu? Onde Mora? - quantidade) () nasceu e sempre viveu no município () nasceu e retornou ao município após ausência () nasceu em outro lugar mas mora na localidade há muito tempo () morador recente () outros:	
<u>Escolaridade</u> (estudou até que série? - quantidade) () não alfabetizado () alfabetizado () 1º grau / ensino fundamental - incompleto () 1º grau / ensino fundamental - completo () 2º grau / ensino médio - incompleto () 2º grau / ensino médio - completo () 3º grau / ensino superior - incompleto () 3º grau / ensino superior - completo () pós-graduação	
<u>Dedicação ao artesanato</u> (Onde e em que você trabalha? - quantidade) () vive apenas da atividade artesanal () o artesanato completa a renda de agricultura familiar () o artesanato completa a renda de aposentadoria rural () o artesanato completa a renda de aposentadoria comum () o artesanato completa a renda de trabalho em empresa pública () o artesanato completa a renda de trabalho informal () o artesanato completa a renda de trabalho em empresa privada () outros:	
<u>Dedicação ao artesanato</u> (Quantas horas faz artesanato por semana? - quantidade) () quanto tenho vontade () sempre que tenho tempo () sempre: ____ horas	
<u>Motivação</u> (Por que ingressou na atividade artesanal? - quantidade) () falta de outra opção de renda () aprendi com minha família e sigo a tradição () pelo potencial de mercado do artesanato () voluntário para doação em programas sociais () preocupação com o território e meio ambiente	

- busca por laser
- considera uma atividade lucrativa
- outros

Aprendizagem (Com quem aprendeu o ofício? - quantidade)

- mestre
- família
- capacitação formal
- autodidata
- outro:

Qual a importância do artesanato para você e para sua vida?

Roteiro da entrevista

- Procedimentos:** a) Apresentar os questionamentos exatamente como definidos.
b) Registrar as informações por escrito.
c) Deixar os entrevistados livres para apresentarem informações não direcionadas para aos questionamentos.

Informações:

Identificação

Nome:

Formação:

Experiência

Experiência no Programa Brasileiro de Artesanato: sim não

Experiência no Programa ARTESOL: sim não

Experiência no Programa SEBRAE: sim não

Experiência no Programa Imaginário: sim não

Questionamentos

1) Quais as principais dificuldades encontradas para o planejamento, desenvolvimento e consolidação das propostas dos projetos?

2) Quais os problemas mais significativos percebidos nos programas de intervenção?.

Termo de Consentimento Livre Esclarecido

Informações principais:

Pesquisa: “Gestão do Conhecimento Aplicada a Comunidades Produtivas Artesanais”

Objetivos e justificativa: para o desenvolvimento de um programa de integração do design e do artesanato com base na articulação de conhecimentos, compreende-se necessário conhecer as principais dificuldades e problemas enfrentados pelos programas de intervenção de design já estruturados e ativos.

Estudo de Campo: entrevistas com executores de projetos de intervenção de design em comunidades artesanais para a avaliação por parte dos mesmos dos programas nos quais participaram.

Procedimentos: os participantes serão informados de forma clara e detalhada sobre os objetivos e a justificativa desta pesquisa e sobre os procedimentos nos quais estarão envolvidos. Os questionamentos serão apresentados a cada participante na ordem estabelecida e suas respostas registradas por escrito pelo pesquisador. A abordagem será realizada de forma individual no local de trabalho dos participantes.

Riscos possíveis: existe o risco do participante ficar inibido ou constrangido, não interagir com a pesquisadora ou se negar a responder as perguntas. Nestes casos, sua decisão será respeitada, não sendo questionado de forma alguma sobre sua decisão, sem quaisquer ônus ou implicações para o mesmo.

Benefício: esta pesquisa promove para os entrevistados o sentimento de importância pelo interesse em sua opinião; a participação efetiva na identificação da diagnose dos programas e a cooperação na construção do programa modelo. Para a pesquisa desenvolve a identificação da problemática do artesanato e das intervenções diretamente com os envolvidos;

Dúvidas sobre a pesquisa: se houver dúvida ou explicação adicional, estas serão disponibilizadas pela professora orientadora desta pesquisa Dra Marizilda dos Santos Menezes ou pela própria pesquisadora responsável pelo estudo Renata Garcia Wanderley através do telefone (81) 91423841 e/ou email renatagw@hotmail.com.

Consentimento do participante voluntário: li e entendi todas as informações apresentadas sobre a pesquisa e sobre minha participação. Portanto, dou livremente meu consentimento para minha participação nos experimentos do estudo até que decida pelo contrário, podendo desistir das atividades a qualquer momento.

.....

Eu, _____, venho pelo presente instrumento autorizar a utilização de qualquer imagem, entrevistas e depoimentos concedidos por mim à autora do projeto de pesquisa “Gestão do Conhecimento Aplicada a Comunidades Produtivas Artesanais”, desenvolvida por Renata Garcia Wanderley, estudante de doutorado em Design, orientada pelo Prof^a Dr^a Marizilda dos Santos Menezes, da UNESP/FAAC/Pós-graduação em design.

Os resultados das entrevistas e depoimentos cedidos serão utilizados na redação da tese final, bem como podem ser utilizados em quaisquer mídias, sempre com o propósito de divulgar a obra objeto da presente tese sem qualquer remuneração adicional.

_____	_____
Nome do participante	Assinatura do participante
_____	_____
Testemunha 1	Testemunha 2

Renata Garcia Wanderley (doutoranda em design, UNESP, 2014)

Contato: Rua Israel Lima de Oliveira Castro, 38, Apipucos - Recife/PE Fone: 81 34426165

_____, ____ de _____ de 2014.

Lista das comunidades produtivas artesanais visitadas

1. Comunidade do Alto do Moura (PE) - barro (arte figurativa);
2. Comunidade de Tracunhaem (PE) - barro (arte figurativa);
3. Comunidade de Marechal Teodoro (AL) - Renda (Renda File);
4. Comunidade de Natal (RN) - renda (Renda de Bilro);
5. Comunidade de Pesqueira (PE) - renda (Renda Renascença);
6. Comunidade de Barra do Riachão (PE) - renda (Renda de Rede de Pesca);
7. Grupo Mulheres de Argila - Caruaru (PE) - tecido (produto de moda e de casa);
8. Comunidade de Itaquitinga (PE) - tecido (produtos decorativos e utilitarios)
9. Comunidade de Gravatá (PE) - tecido (bonecas de pano)
10. Comunidade de Carpina (PE) - madeira e tecido (mamulengo)
11. Comunidade de Passira (PE) - fios (bordado)
12. Comunidade de Lagoa do Carro (PE) - fios (tapeçaria)
13. Comunidade de Mulheres de Fibra de Limoeiro (PE) - fibras (palha de bananeira)
14. Comunidade de Barra de Guabiraba (PE) - barro, tecido e papel (bijuteirias)
15. Comunidade de Bezerras (PE) - madeira e papel (xilogravura)
- papel (máscaras)



Anexos

Anexo 01

Programa do Artesanato Brasileiro



Portaria SCS/MDIC nº8, de 15 de Março de 2012

6. TÉCNICAS DE PRODUÇÃO ARTESANAL

A Técnica de Produção Artesanal consiste num conjunto ordenado de condutas, habilidades e procedimentos, combinado aos meios de produção (máquinas, ferramentas, instalações físicas e fontes de energia e meio de transporte) e materiais, por meio do qual é possível obter-se, voluntariamente, um determinado produto. A técnica artesanal alia forma e função, requerendo destreza manual no emprego das matérias-primas e no uso de ferramentas, conforme saberes variados e com uso limitado de equipamentos automáticos.

DESCRIÇÃO DAS TÉCNICAS DE PRODUÇÃO ARTESANAL PARA O CADASTRO NO SISTEMA DE INFORMAÇÕES CADASTRais DO ARTESANATO BRASILEIRO – SICAB.

1. AMARRADINHO/PUXADINHO

Consiste em preencher as tramas da talagarça (ou tear) com retalhos, sempre no mesmo sentido. Os retalhos são inseridos na trama e presos com um nó simples, mas firme. Preenche uma trama, pula a seguinte e preenche a outra, seguindo até o fim da carreira. Na carreira seguinte, intercala o amarradinho com a trama da carreira anterior. O avesso é liso, já a frente do trabalho é cheia e fofa.

2. ARMARIA DECORATIVA

A técnica de produzir peças decorativas como garuchas e pistolas de dois canos, ambas com munição de espoleta. Para o fabrico destas peças, importa ressaltar a confecção das “culatras” que são peças de fundição com que se confeccionam os mecanismos de bronze – canos, gatilhos, etc.



32

Base Conceitual do Artesanato Brasileiro
Programa do Artesanato Brasileiro

3. ARPILHERIA

Técnica de formar figuras da fauna e da flora, com sobras de tecido, aplicadas em alto relevo, sobre outro tecido.

4. BEBIDAS DESTILADAS E BEBIDAS FERMENTADAS

Consiste em misturar essências, frutos e ervas com álcool alimentício, fermentado e destilado para produção da bebidas.

5. BOLEADO

Técnica de transformar material plano em forma boleada. O boleador de metal é aquecido no fogo e ainda quente é colocado sobre o material. Com o auxílio das mãos criando-se pequenos sulcos, valetas ou nervuras na matéria-prima, como papel, EVA, fibras vegetais, tecido e material sintético.

6. BORDADO

Técnica executada sobre tecido ou outro suporte utilizando agulha, linha e bastidores, podendo ser trabalhada com as mãos ou feita em máquinas de pedal ou de motor elétrico.

❖ ABERTO

Ponto de bordado aplicado em orifícios arredondados e previamente demarcados com alfinetes. O amarete é feito com um ponto apartado.

❖ APLICAÇÃO

Bordado em que o ornato não é executado na trama do próprio tecido e sim com aplicação de materiais diversos, desde que atinja 60% do trabalho manual. A aplicação de pedrarias é considerada aqui.

✦ **BOA NOITE**

Técnica semelhante ao labirinto. Para bordar desfia-se o tecido em alguns pontos, esticando-se a área a ser trabalhada com o auxílio de um bastidor ou grada. Utilizam-se agulha e linha para unir os fios e construir o bordado.

✦ **CASA DE ABELHA**

Ponto de costura ou dobradura de tecido imitando casa de abelha.

✦ **CHEIO**

Esta ponto implica um malhado básico e compreende o enchimento de linha ou algodão. Pode ser trabalhado da direita para a esquerda ou da esquerda para a direita. O número de fios sobre os quais os pontos são trabalhados depende do efeito desejado.

✦ **CORRENTE OU CADEIA**

Ponto decorativo em forma de corrente, muito usado para contornar outros bordados.

✦ **CRUZ**

Bordado com ponto imitando pequenas cruces que permite a contagem de fios e que, quando agrupadas, formam um desenho. Conhecido também como ponto de marca e bordado de fio contado.

✦ **FILE**

Técnica elaborada a partir de uma rede tecida em linhas de algodão, presa por pregos a uma peça de madeira (quadrado ou retângulo), onde são traçados os pontos com agulha de mão. O filé simples restringe-se a uma rede de nó tecida a mão e o filé bordado utiliza a rede de nó como suporte para o bordado.



❖ **HARDANGER**

Bordado executado sobre um tecido de fios iguais, semelhantes ao Rendandê. O Ponto Cheio é o ponto básico e é feito em blocos compostos de um número ímpar de pontos. Terminados os blocos corta-se os fios do tecido desfiado, conforme necessário. Os fios soltos do desfiado são cobertos com pontos enrolados ou cerzidos para formar barras. Vários pontos de coberturas são executados entre os espaços deixados pelos desfiados.

❖ **INGLÊS**

Tira de tecido (de algodão, organdi etc.) com um dos lados terminado por festonados e bordados cheios ou vazados, geralmente do mesmo tom do tecido.

❖ **MATIZ**

Tem a forma do Ponto Cheio, normalmente usado para anchar um desenho considerado grande ou irregular. Usado também para dar o efeito sombreado. Na primeira carreira os pontos são alternadamente longos e curtos e bem unidos para seguir o contorno do desenho. Os pontos das carreiras seguintes são amudados visando instituir uma superfície uniforme e macia.

❖ **PONTO CASEADO OU FESTONÊ**

Bordado formado por pontos de laçada, feito da direita para a esquerda da maneira que fique bem firme ao abrir as casas.

❖ **RENDENDÊ OU RENDA DE DEDO OU RENDENDEPE**

Ponto bordado preferencialmente sobre o linho preso em bastidor. Após ser bordado é recortado com tesoura para retirada do centro do bordado ou das partes do tecido que não foram cobertas pela linha. São utilizados pontos cheios e abertos formando desenhos geométricos.

✦ **RETO**

Este ponto é mostrado como pontos individuais espaçados, feitos de modo regular e irregular. Algumas vezes os pontos são de tamanho variado. Os pontos não devem ser nem muito longos nem muito froucos. O ponto pode também ser feito em tecidos de fios iguais.

✦ **RICHELIEU**

Bordado sobre tecido preso sobre almofada e um papel com o risco que será bordado. Pode ser executado à mão ou à máquina de pedal com o auxílio do bastidor. Utiliza-se um ponto básico e outro ponto casado bem próximo um do outro. Depois de pronto é recortado nos desenhos desejados.

✦ **ROCOCÔ**

Sequência de pontos sobre o tecido em torno de uma agulha. A agulha é introduzida tantas vezes quantas desejadas e no mesmo lugar. Com o auxílio de uma agulha de fundo pequeno que permita a passagem através da linha enrolada, puxa-se a linha até obter o ponto rococô desejado.

✦ **RUSSO**

O ponto russo é uma técnica de bordar em alto relevo, feita com uma agulha especial, bastidor e tecido.

✦ **SOMBRA**

Também conhecido por Ponto Atrás Duplo, o Ponto Sombra é bordado em tecido fino e transparente. Pode ser feito tanto do lado direito quanto do lado avesso, com pequenos pontos atrás, alinhadamente.



❖ VAGONITE

Bordado em tecido com textura tipo tabuleiro em relevo, ou em tecido etamine, no qual a agulha desliza sob a trama mais proeminente, sem atravessar o seu avesso. Os pontos podem ser realizados de direita para a esquerda ou vice-versa.

7. CARPINTARIA

Técnica que consiste em trabalhar a madeira formando peças de arte, utilitária ou decorativa.

8. CARTONAGEM

Técnica que consiste na criação de objetos utilitários e decorativos, confeccionados com papel, papelão e material reciclado (fibras vegetais).

9. CERÂMICA

Consiste no processo de queima da matéria-prima. Compreende todos os materiais inorgânicos, não metálicos, obtidos geralmente após tratamento térmico em temperaturas elevadas.

❖ FAIANÇA

A faiança é uma forma de cerâmica branca, que possui uma massa cerâmica menos rica em caulim do que a porcelana e é associada a argilas mais plásticas. São massas porosas de coloração branca ou marfim e precisam de posterior vitrificação. Uma classificação usual da cerâmica branca baseia-se no teor em peso de água absorvida pelo corpo cerâmico: a faiança é um dos tipos mais porosos, apresentando absorção geralmente superior a 3%. Os produtos de faiança são compostos de massas semelhantes ao grés (matérias-primas menos puras, podendo incluir rochas cerâmicas como granito, pegmatito e filito como fundentes, ao invés de talcospato puro), mas usualmente podem incorporar, diferentemente

da composição do grés, fundentes carbonáticos, portadores dos minerais calcita e dolomita. As peças de fiação são fabricadas a temperaturas inferiores a 1250 °C e caracterizam-se pela menor resistência do que as porcelanas e o grés. Seus produtos incluem aparelhos de jantar, aparelhos de chá, xícaras e canecas, peças decorativas etc.

✦ GRÉS

Massa cerâmica, cuja composição é semelhante a das rochas. A principal diferença entre essa massa e as rochas é que, enquanto as rochas se formam na natureza, o grés é preparado pelo homem com uma solução de minerais e uma parte de argila plástica. Em sua composição não entram argilas tão brancas ou puras como na porcelana, o que estabelece uma coloração rósea, levemente avermelhada nas baixas temperaturas e acinzentada nas mais altas. A temperatura de queima pode ficar entre 1150 a 1300°C, após a queima se tornam impermeáveis, vitrificadas e opacas (refratária). Ela vitrifica na sua temperatura de queima, o que permite a fabricação de vários tipos de produtos. Estes são em caso particular feitos numa só queima. Também conhecida pelo termo inglês *stoneware* "barro-pedra". O grés é, em última análise, uma porcelana não-translúcida.

✦ OLARIA

A olaria é um tipo de cerâmica utilizada para uso doméstico, sendo os objetos mais utilizados os pelas (recipientes de transporte e depósito de água) e panelas para cozimento de alimentos. A olaria é queimada numa temperatura de 800°C a fogo aberto. Outra forma de queima é a do forno de cerâmica, normalmente feita à lenha. O fabrico da olaria passa pela modelagem à mão ou pela técnica do torno (roda de oleiro). A preparação da pasta (massa) é feita por métodos tradicionais locais que são transmitidos através dos conhecimentos empíricos.



❖ OLARIA VIDRADA

Esta é um tipo de vidrado feito a partir de minerais e óxidos que uma vez levados à queima, após a sua aplicação nas peças conferem uma aparência de vidro. É uma cobertura vítrea com que as peças são revestidas. Os óxidos utilizados são geralmente de baixa fusão, como, por exemplo, o chumbo (fundente muito ativo usado em esmaltes de baixa temperatura, extremamente tóxico).

❖ PORCELANAS

A porcelana é composta de caulim, uma terra aluminosa, e de potúntis, um silicato. Quando submetida a uma temperatura de 1200 a 1500°C obtém-se uma matéria ainda mais dura, e mais lisa, que pouco a pouco se torna vítrea, até se transformar em porcelana, que é sempre translúcida.

❖ RAKU

Técnica cerâmica que envolve terra, ar, fogo e água. Começa-se por modelar uma peça de barro poroso, cozendo-a a uma temperatura não muito elevada. Depois, aplica-se o vidrado na peça, e leva-se de novo ao forno, a uma temperatura de 800 a 1000 graus. As peças são retiradas ainda incandescentes e colocadas num ambiente com pouco oxigênio. Se surgir alguma chama é necessário tapar rapidamente o recipiente da serradura e deixar a peça descansar por alguns minutos. O fumo que escapa neste processo é um lençol espesso, quase viscoso, amarelado e muito tóxico. Na terceira fase do processo, a peça é retirada da serradura e rapidamente mergulhada em água. Todas estas ações permitem criar efeitos singulares: craquelês, brilhos e texturas especiais. A porosidade do barro, a quantidade de vidrado e a forma como este se aplica, a temperatura do forno, a maneira de que é feita a serradura, a temperatura da peça, o contato maior ou menor da superfície da peça com a serradura, o tempo de imersão em água tudo isso pode alterar a cor e brilho. As zonas da peça onde não foi colocado vidrado ficam totalmente pretas, o que permite criar contrastes com o vidrado branco, sobretudo quando há craquelê.

⇨ TERRACOTA

A terracota é um material constituído por argila cozida no forno, sem ser vidrada, e é utilizada em cerâmica e construção. O termo também se refere a objetos feitos deste material e a sua cor natural, laranja acastanhada. A terracota caracteriza-se pela queima em torno dos 900° C, apresentando baixa resistência mecânica e alta porosidade, necessitando um acabamento com camada vítrea para torná-la impermeável. É uma cerâmica fria similar à argila, mas muito mais limpa e fácil de trabalhar.

10. CESTARIA

Técnica que abrange todas as formas de entrelaçar fibras rígidas, fitas e cipós para a fabricação de cestas ou cestos.

11. CINZELAGEM

Técnica utilizada para criar volumes, relevos e texturas numa chapa metálica formando desenhos, também chamada de técnica do repuxado ou rapuxo. Utilizam-se ferramentas de precisão, que são os cinzéis (ferro).

12. COMPOSIÇÃO DE IMAGEM

Consiste em criar desenhos utilizando areia colorida e palhetas específicas em recipiente transparente retratando paisagens, natureza morta, pessoas, símbolos, formas geométricas e imagens. A areia é despejada no recipiente transparente, uma por vez, e com o auxílio de palhetas o canudinho de madeira vai dando forma ao desenho.

13. CONFECÇÃO DE BONECOS

Técnica que permite formar bonecos (animais, objetos, peças temáticas, personagens) utilizando tecidos e fibras vegetais. As peças costuradas são cheias (ou não) com algodão ou fibra vegetal.

14. COSTURA

Técnica de trabalho manual que consiste em unir duas ou mais partes de um tecido, pano, couro ou outros materiais, utilizando agulha e linha para produzir peças tais como colchas, toalhas, pano de prato e outros.

❖ PATCHWORK (QUILTING OU ACOLCHOAMENTO)

É a técnica que une retalhos de tecidos costurados e formando desenhos variados. O resultado final do trabalho com patchwork sempre envolve uma sobreposição de três camadas que são o tempo. Os retalhos são unidos por costura e acolchoado com manta perfita.

❖ FUXICO

Técnica de alinhar retalhos dobrando uma pequena borda em torno do seu círculo enquanto é feito o alinhavo, depois puxa a linha até que as bordas do centro se unam. Prende o fio com um nó e corta a linha. Aperta o fuxico para que ele assente. Para o preparo são necessários retalhos, linhas, um molde, agulha e tesoura.

15. CUSTOMIZAÇÃO

Consiste em transformar uma peça de roupa ou acessório, bordando, rebordando, rasgando, esgarçando, a reinventando.

16. CROCHÊ

Técnica desenvolvida com o auxílio de agulha especial terminada em gancho e que produz um tecido semelhante ao de uma malha ou de uma renda.



17. CULINÁRIA TÍPICA

Técnicas de misturar, cozer e assar alimentos típicos que revelam costume do lugar e sobre as pessoas que vivem na região.

18. CURTIMENTO OU CURTUME ARTESANAL

Técnica de curtir pele de animal transformando-as em couro. A técnica deve ser empregada imediatamente após o abate do animal. Caso isso não seja possível, as peles devem ser submetidas com rapidez a um tratamento de imersão em solução saturada de cloreto de sódio (sal de cozinha).

19. CUTELARIA

Consiste em criar instrumentos de corte, em ações sequenciais para a confecção de lâminas como espadas, adagas, facas, facões, machados, punhais, navalhas e todo tipo de utensílios metálicos de corte. A matéria-prima (metal) decorada é moldada com o auxílio de ferramentas para formar o produto desejado. Normalmente utiliza-se madeira para a feitura dos cabos.

20. DECOUPAGE OU REVESTIMENTO

A técnica de decoupage consiste na fixação de motivos de papel em objetos, como madeira, metal, papelão, vidros ou outro objeto, aos quais se aplicam várias camadas de verniz.

- ❖ **COLAGEM ou PAPIETAGEM:** Técnica ou processo de composição que consiste na utilização de recortes ou fragmentos de material impresso, papéis picados, superpostos ou colocados lado a lado no suporte pictórico.

21. DOBRADURA

Técnica de dobrar papéis, sem o auxílio de tesoura ou cola em formas representativas de animais, objetos, flores etc. É também a técnica de

torcer arame para confecção de bijuterias, ou de torcer ferro para a produção de objetos decorativos e utilitários (origami).

22. ENTALHE/ESCULTURA

Processo minucioso realizado em material rígido e pesado (madeira ou pedra), cortando ou extraindo o supérfluo até se obter a forma desejada.

❖ LAPIDAÇÃO

Lapidação em pedras preciosas, vidros e cristais que servem para o fabrico de adornos, jóias e peças utilitárias.

❖ ESMERILHAMENTO

Técnica de formar esculturas, adornos e outras peças decorativas usando como ferramenta o esmeril.

23. ESQUELETIZAÇÃO

Conterir forma de esqueleto. A esqueletização na folha vegetal é a retirada de toda a fibra vegetal, deixando somente as nervuras da folha, utilizando-se soda cáustica.

24. FIAÇÃO

Técnica de cardar a lã da ovelha e passar numa roca para a feitura do fio.

25. FOLHEAÇÃO/DOURAÇÃO (Gilding)

Técnica de decoração de superfícies que utiliza uma camada finíssima de ouro ou material com aparência deste metal. O metal transformado em lâminas muito finas (conhecidas como folhas de ouro) é aplicado em objetos como madeira, gesso ou similares.

26. FUNDIÇÃO

Técnica de fundir metais para a preparação de peças artesanais.

✦ FILIGRANA

Consiste em formar fios de ouro ou de prata, delicadamente entrelaçados e soldados.

✦ OURIVESARIA

Técnica realizada por meio do processo de dematamento da pepita de ouro - a condensação em um bloco de ouro, até que o mesmo fique firme na forma desejada, utilizando-se instrumentos de precisão com matrizes (martelagem, modelagem, refinamento).

27. FUNILARIA/LATOARIA

Reaproveitamento de materiais para produção manual de funil, candeiro, bacia e brinquedos.

28. GRAVAÇÃO

A gravação é uma imagem, estampa ou qualquer ilustração impressa. É a arte ou técnica de gravar sem o auxílio de moldes pré-definidos.

✦ LITOGRAVURA

Processo de gravura em plano, executada sobre pedra calcária (chamada pedra litográfica).

✦ PIROGRAVURA

Técnica de gravar desenhos a fogo, sobre couro, madeira, e outros tantos materiais - com o emprego de um pirógrafo (aparelho elétrico para gravação através do calor) ou ferro em brasa, formando paisagens variadas, feitas à mão livre em tonalidades que variam do marrom claro ao preto.



⇨ XILOGRAVURA

Arte e técnica de fazer gravuras em relevo. Tradicionalmente feitas sobre casca de cajá e imburana de cheiro, utilizando-se como principais instrumentos de trabalho um pequeno buril feito com haste de sombrinha, canivete, pragos e agulhas para fazer os clichês. Para reprodução, usa-se um rodo com tinta gráfica sobre a matriz para impressões em papel, tecido, madeira, borracha, etc. que retratam temas característicos da região, folclore populares e festividades locais. Sobre peça não artesanal, a técnica deve representar acima de 60% do valor da produção.

⇨ GRAVAÇÃO EM VIDRO

É a técnica de fazer desenhos no vidro.

⇨ SERIGRAFIA OU SILK-SCREEN

Técnica de impressão na qual a tinta é vazada, pela pressão de um rodo, através de uma tela preparada, normalmente de seda ou náilon. A tela é esticada em um bastidor de madeira ou aço. Não se considera serigrafia quando a arte é feita com o auxílio de equipamentos de informática.

29. INFUSÃO

Preparo de produtos artesanais como sabonetes, utilizando-se essências, álcool de cereais, sal marinho, sulfato de magnésio e glicerina, que são manipulados e colocados em formas de diversos modelos e tamanhos, e submetidos à secagem.

30. JATEAMENTO

Técnica de jatear areia em vidro para tornar fosca a figura artesanal e o vidro liso ou o contrário.

31. LUTERIA OU LUTERARIA

Técnica de fazer ou restaurar instrumentos musicais de corda com caixa de ressonância.

32. MAMUCABA

A técnica consiste em transformar um tecido plano ou fibras vegetais em fios e trançá-los, dando a base para a sustentação de punhos de rede.

33. MARCENARIA

Técnica de trabalhar a madeira formando peças de mobiliário, brinquedos e objetos de decoração.

34. MARCHETARIA

Técnica de incrustar, embutir ou aplicar peças recortadas de madeira, marfim, tartaruga, metais, formando desenhos variados. As peças produzidas são chamadas de marcheto, obra de embutidos, ou peças de madeira a que se aplicam diferentes pedaços de madeiras preciosas, marfim, madrepérola etc.

35. MATELASSÊ

A Técnica consiste em juntar três camadas de tecido e prender com costura formando uma estrutura acolchoada.

36. MODELAGEM

Técnica de moldar com as mãos materiais maleáveis, como a cera, gesso e argila, massas sintéticas, resinas, parafina, papel machê ou outro material semelhante, para formar peças inéditas sem o auxílio de formas ou similares. Também é a moldagem a forja em ferro. No caso da argila a modelagem poderá ocorrer também por meio do torno.



37. MONTAGEM

Técnica de juntar várias peças artesanais formando uma única cuja produção resulta em peça com apelo cultural.

38. MOSAICO

Técnica de reproduzir um desenho com disposição de pequenos cubos ou placas de pedra, mármore, barro cozido ou vidro colorido sobre uma base, firmados em uma capa de argamassa, cimento e gesso. Estas placas são separadas uma das outras por pequenos pedaços denominados juntas. O mosaico constitui-se em um quadrado feito de pedacinhos de papel, vidro colorido, cerâmica e pedrinhas.

39. PINTURA

Consiste em pintar à mão sobre suportes diversos. Engloba diversas outras técnicas, como por exemplo:

✦ AEROGRAFIA

Técnica de pintar ou envernizar utilizando-se aerógrafo que é um instrumento de ar comprimido com que se coloram desenhos.

✦ BATIQUE

Estampado à cera e depois pintado à mão, constituindo uma técnica para pintar tecidos ou couros com características bem definidas, no qual o artesão utiliza para elaborar seu trabalho, desenhos diversos, parafina e tinta, sobrepondo camadas das mesmas, conforme as cores e motivos que desejar.

✦ ESTAMPARIA

Tomando-se por base o tecido, são criadas sobre o mesmo, estampas variadas, com a utilização de tintas descolorantes, formaz, pincéis, escovas, rolos, seringas, e o que a imaginação do estampador desejar.



✦ **MARMORIZAÇÃO**

Pintura que imita o desenho de mármore.

✦ **PÁTINA**

Técnica de colorir artificialmente certos objetos dando-lhes a aparência de envelhecimento.

✦ **PÊSSANKAS**

A técnica consiste na pintura de ovo cru ou esvaziado, ou ovo de madeiras. São utilizados pigmentos naturais, como casca de cebola, cebolinha roxa, cera de abelha; vaia, etc. Utilizam-se como ferramentas pincel ou caneta.

✦ **PINTURA EM AZULEJO**

Técnica de pintura em azulejos tanto à mão como serigrafados, que são levados ao forno para finalizar o objeto.

✦ **TINGIDURA**

Elaboração do contorno em fio de metal de uma figura ou objeto para decoração de paredes e móveis. Para a reprodução de figuras ou inscrições sob tecido, papel, metal, etc., utiliza-se moldes ou matrizes elaboradas pelo próprio artesão. Não podem ser consideradas figuras surrealistas, abstratas e cubistas.

40. PRODUÇÃO DE DOCES

Técnica da preparo de doces a partir de produtos naturais, sem aditivos químicos.



41. RECICLAGEM

É um conjunto de técnicas que tem por finalidade o reaproveitamento de materiais como matéria-prima para um novo produto.

❖ PAPEL RECICLADO

Técnica em que se utilizam fibras vegetais e papel industrializado comum reciclado, que são entrelaçados resultando em papel semelhante ao oriental.

42. RENDA

Arte de produzir malha.

❖ BILRO

Técnica de produzir renda utilizando-se linhas de algodão presas por alfinetes a uma almofada redonda e dura que são trançadas pela troca de posição dos bilros. (pedaços de madeira ou espinhos de mandacaru aos quais as linhas ficam amarradas).

❖ FRIVOLITÉ

Consiste em pequenos nós de linha de algodão, seda ou cordão, utilizado-se navetes (equipamento usado tradicionalmente). Também confeccionado com agulhas principalmente quando usado o cordão como matéria-prima. Usado na confecção de vestuário, cama, mesa, e adereços.

❖ CRIPIER

É a técnica de formar uma renda em trançado com fios e linhas de algodão ou poliéster.

❖ GRAMPADA

Técnica de laçar fios e fitas ao redor de hastes de metal (grampos) com o auxílio de uma agulha de crochê. Conforme a malha vai crescendo, são retiradas dos grampos as primeiras laçadas.

❖ **IRLANDESA**

A renda obedece ao tipo renda de agulha, tendo como suporte um laçõ preso ou disposto ao risco. O desenho é traçado sobre papel manteiga e fixado em papel grosso. Após a fixação do laçõ do debuxo, diferentes pontos são traçados preenchendo os espaços vazios entre o laçõ, compondo o tecido da renda com formas semelhantes a animais e vegetais como, por exemplo, pé-de-galinha, espinha de peixe, aranha, casa-da-abelha e abocaxi.

❖ **RENASCENÇA**

Técnica que utiliza linha, agulha e o laçõ (espécie de fita) que é costurado por todo o desenho. A seguir são preenchidos os espaços entre os laçõs, com pontos diversificados.

❖ **MACRAMÊ**

Renda pesada, feita de linha traçada e amarrada. Os fios podem ser colocados no tecido para que as franjas sajam tecidas ou, destilar o próprio tecido para fazer a franja. Nesta caso a técnica é chamada de Brolha, Abrolho ou Brõia.

❖ **SINGELEZA, RENDA TURCA OU JAGUAPITÃ**

A renda lembra uma rede de pescador. A confecção é feita com agulhas totalmente artesanais que vão desde o palito de sorvete à agulha de tricõ cortada ao meio. São utilizados lápis muito finos, canudos de pinhito, ferros retrãdos de sombrinhas e de "raio" de bicicleta. A confecção assemelha-se à fabricação das redes de pescadores.

❖ **LABIRINTO OU CRIVO OU CONTADO**

Para fazer a renda de labirinto ou crivo ou contado risca-se o desenho no tecido e em seguida, obedecendo ao desenho, destila-o com auxílio da agulha, lâmina e tesoura, depois se coloca a peça numa grade de madeira e tõe com agulha e linha. A técnica



do labirinto permite a confecção de uma diversidade de gravuras, utilizando-se, apenas do entrelace conveniente de fios sobre uma trama têxtil em forma de tela.

❖ **TENERIFE OU NHANDUTI OU RENDA DO SOL:**

Renda feita utilizando-se agulha grossa, linha e tábua de vários tamanhos e formas. A tábua serve de modelagem, onde são colocados pregos sem cabeça para o entrelace da linha. Consiste no entrelaçamento da linha nos pregos repetidas vezes.

43. SECAGEM

Técnica de enxugar ou secar a folha ou fibra vegetal antes da montagem.

44. SELARIA

A técnica envolve o tratamento artesanal do couro, modelagem, costura, entalhes, perfuração, libramento, rebite e outras variações e a feitura manual de solas.

45. SERRALHERIA

A técnica consiste na transformação de metais em peças artesanais decorativas e utilitárias.

46. TAPEÇARIA

Técnica que consiste na confecção artesanal de um tecido, geralmente encorpado, formado pelo cruzamento de duas estruturas de fios obtidos de fibras flexíveis, como lã ou algodão. O uso de fios coloridos e de técnicas diversas de entrelaçamento permite que figuras sejam compostas durante o processo de execução.

47. TECELAGEM

Técnica de fazer com fios de algodão cru ou outra fibra natural, em tearas e ou bataldes movidos a pedal ou manual. A técnica também poder ser realizada no tear de prego.

48. TINGIMENTO

Consiste na alteração da cor primitiva de um objeto, colorindo-se e dando-se cor por imersão em tinta ou corante.

49. TRANÇADO

Técnica de entrelaçamento de fibras têxteis e vegetais.

50. TRICÔ

Técnica de entrelaçar o fio (de lã ou outra fibra têxtil) por meio de agulhas, de forma organizada, criando-se assim um pano que, por suas características de textura e elasticidade, é chamado de malha de tricô ou simplesmente tricô.

51. VIDRADO

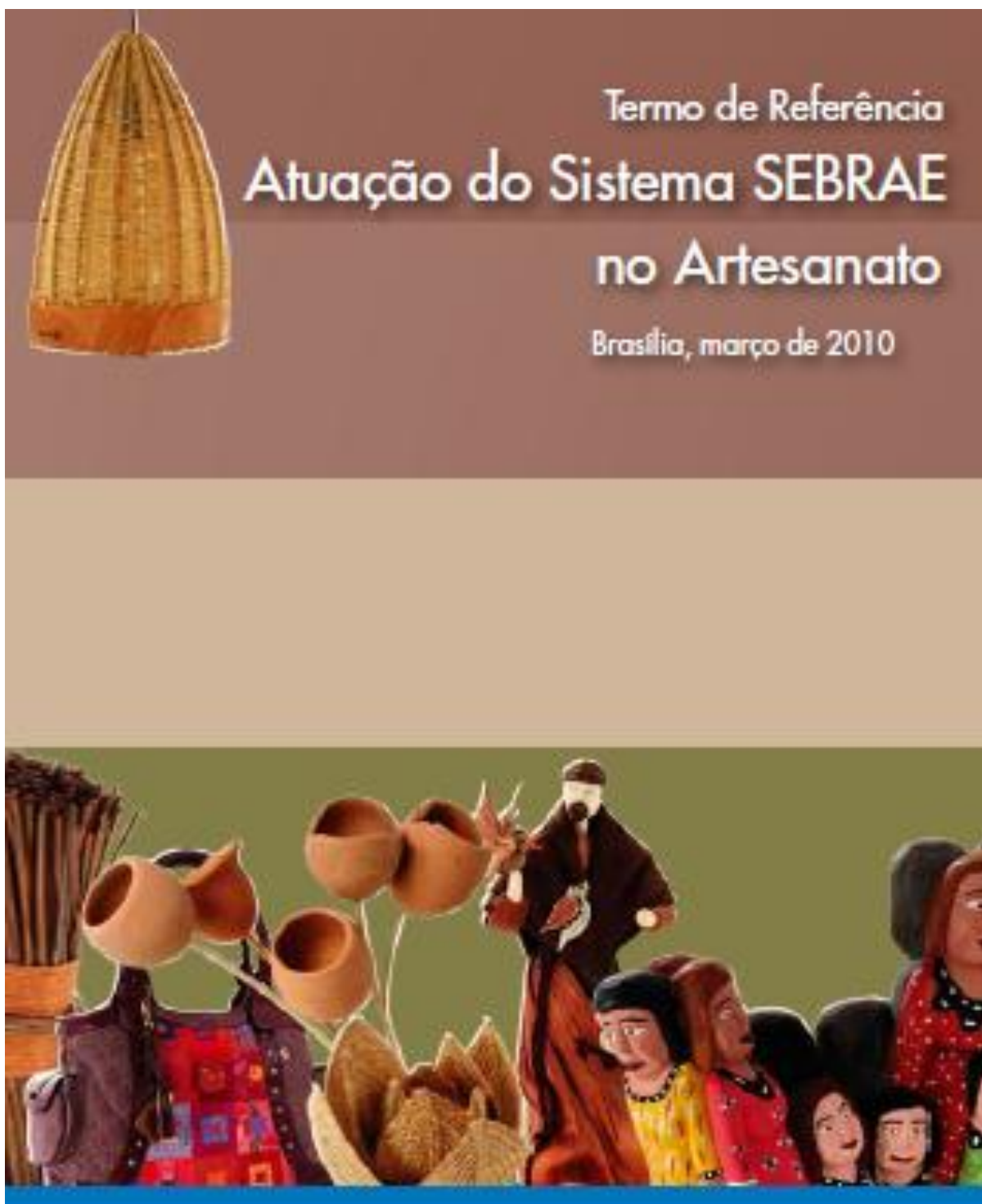
Consiste em dar aspecto de vidro a uma matéria-prima in natura revestido-a de substância transparente de forma a adquirir aparência vítrea.

52. VITRIFICAÇÃO

Consiste em juntar e prender com rejunta pedaços de vidro compondo imagens para a construção de um objeto.



Termo de Referência do Programa SEBRAE de Artesanato



Diagnóstico da produção artesanal

Nome do pesquisador: _____

Data: _____

Hora de início: _____

1. DADOS PESSOAIS			
1. NOME		2. SOB. () P () M	3. DT. NASC. ___/___/___
4. ESTADO CIVIL	5. NATURALIDADE		6. NACIONALIDADE
7. CPF	8. RG	9. ÓRGÃO EMISSOR	
10. TELEFONE / CEL.		11. FAX	
12. ENDEREÇO		13. BAIRRO	
14. MUNICÍPIO		16. UF	14. CEP
17. E-MAIL () SIM _____ () NÃO			
18. E-MAIL () SIM _____ () NÃO			
19. RESCISO () SIM Nº _____ () NÃO		20. ÓRGÃO EMISSOR	21. DATA DE EMISSÃO
22. ESCOLARIDADE DO ARTESÃO () Não alfabetizado () Alfabetizado () Curso Profissional () Curso Técnico		23. FORMAÇÃO () Superior () Média () Fundamental	

2. DADOS DA IDENTIDADE			
1. FORMA JURÍDICA			
() Associação () Cooperativa () Empresa () Empreendedor Individual () Individual			
2. RACÃO SOCIAL		3. CPF	
4. NOME FANTASIA			
5. ENDEREÇO		6. BAIRRO	
7. MUNICÍPIO		8. UF	9. CEP
10. E-MAIL () SIM _____ () NÃO			
11. E-MAIL () SIM _____ () NÃO			
12. TELEFONE		13. FAX	

3. CARACTERÍSTICAS DO ARTESANATO	
1. POR QUE VOCÊ INGRESSOU NA ATIVIDADE ARTESANAL (por)?	
<input type="checkbox"/> Pela de uma opção de renda <input type="checkbox"/> A partir de um projeto familiar e após o resgate de um curso <input type="checkbox"/> Pela geração de renda de um curso <input type="checkbox"/> Devido ao resgate de um curso <input type="checkbox"/> Conheceu uma atividade lucrativa <input type="checkbox"/> Produzir com voluntário para doação em projetos sociais <input type="checkbox"/> Percepção com o resgate e início autônomo <input type="checkbox"/> Outros: _____	
2. TEMPO EM QUE EXERCITA A ATIVIDADE: _____ ano(s)?	
3. QUANTAS SÃO AS CATEGORIAS QUE VOCÊ DESENVOLVE (por)?	
<input type="checkbox"/> Art. papéis <input type="checkbox"/> Têxtil/tec. artesan. <input type="checkbox"/> Instrumentos/Sonoras <input type="checkbox"/> Artesanato Tradicional <input type="checkbox"/> Artesanato Religião/Cultural <input type="checkbox"/> Artesanato Indígena <input type="checkbox"/> Artesanato Comercial	

1. BA: Artesão Único
2. BA: Artesão Técnico

4. QUAIS SÃO OS SEGMENTOS DE ARTESANATO QUE VOCÊ MAIS PRODUZ (R\$)?

- Alfombras e tapetes Decoração Estofados Lâminas Religião
 Utilitários Moda Outros _____

5. COMO VOCÊ PRODUZ (R\$)?

- Artesão(a)
 Cooperativa
 Empresa () Em casa
 Empresa Alugada
 Empresa própria do grupo
 Alguém do grupo disponível em condições para o trabalho do grupo
 Outros _____

6. QUAL A FAIXA DE RENDA MENSAL QUE VOCÊ OBTÉM COM A VENDA DO ARTESANATO (R\$)?

- menor de 1 SM de 1 a 2 SM de 2 a 3 SM de 3 a 4 SM
 de 4 a 6 SM maior de 6 SM _____

7. EM QUAL SITUAÇÃO AO SEU LUGAR DE ORIGEM, VOCÊ (R\$)?

- Nunca e sempre viveu no município Nunca e viveu no município após migração
 Nunca em outro lugar mas mora no localidade há mais tempo
 Morou e voltou Outros _____

8. QUANTO À SITUAÇÃO ECONÔMICA (R\$)?

- Não possui atividade econômica
 0 economia complexa e modo de Agricultura familiar
 0 economia complexa e modo de Agropecuária rural
 0 economia complexa e modo de Agropecuária semi
 0 economia complexa e modo de Trabalho em empresa pública
 0 economia complexa e modo de Trabalho informal
 0 economia complexa e modo de Trabalho em empresa privada
 Outros _____

9. O SEU PRODUTO ARTESANAL É DESENVOLVIDO A PARTIR DE (R\$)?

- Recup. de técnicas tradicionais locais Utilização de técnicas tradicionais de outros locais do país
 Invenção de novas técnicas Outros _____

4. PRODUÇÃO

1. EM QUAS DAS TIPOLOGIAS ABaixo SE ENQUADRA O ARTESANATO QUE VOCÊ PRODUZ.

Materia-Prima	Materia	Forma	Forma	Materia + Forma + Espaço
Materia	<input type="checkbox"/> Argila <input type="checkbox"/> Pedra	<input type="checkbox"/> Fôrma <input type="checkbox"/> Moldes <input type="checkbox"/> Cera e Sarcenet	<input type="checkbox"/> Cera <input type="checkbox"/> Cábulo e Cera <input type="checkbox"/> Cábulo e cera <input type="checkbox"/> Lã <input type="checkbox"/> Fôrma e Fôrmas	
Processo	<input type="checkbox"/> Modelar <input type="checkbox"/> Fôrma <input type="checkbox"/> Cera <input type="checkbox"/> Pinturas	<input type="checkbox"/> Fôrma <input type="checkbox"/> Moldes <input type="checkbox"/> Sarcenet	<input type="checkbox"/> Cera <input type="checkbox"/> Fôrma de Cábulo <input type="checkbox"/> Lã	<input type="checkbox"/> Cera <input type="checkbox"/> Cera-Modelar <input type="checkbox"/> Modelar <input type="checkbox"/> Pinturas
Resíduo / Resíduos	<input type="checkbox"/> Modelar <input type="checkbox"/> Fôrma <input type="checkbox"/> Pinturas	<input type="checkbox"/> Moldes <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Moldes	<input type="checkbox"/> Cera <input type="checkbox"/> Lã	<input type="checkbox"/> Cera-Modelar

2. SUA MATÉRIA-PRIMA É (são):

- Material de não-origem: Composto em loja de sua atividade
- Material de origem: Composto em outra cidade
- Composto em loja de outra atividade de sua própria cidade
- Aquisições de materiais de indústrias ou outros: Outros: _____

3. VOCÊ ADQUIRIR MATÉRIA-PRIMA (são):

- Em grande quantidade por um indivíduo Em grande quantidade por grupo
- Em pequena quantidade Compra a quantidade de compra de outro em quantidade
- Não está citando a quantidade de matéria-prima que precisa comprar Outros: _____

4. O RECURSO QUE VOCÊ UTILIZA PARA O PAGAMENTO DO FORNECEDOR DE MATÉRIA-PRIMA É (são):

- Capital próprio de pagamento e fornecedores Outros métodos Não citou
- Depósito de crédito Depósito de cartão de débito Outros: _____

5. QUANDO VOCÊ MANEJA A MATÉRIA-PRIMA, VOCÊ (são):

- Utiliza EM (sistemas, área, sala, processo variado) Se processa em sala e espaço
- Não utiliza nenhum tipo Possui várias dependências Possui várias unidades produtivas
- Não se processa em o tipo de espaço Outros: processo(s) _____

<p>6. O QUE VOCÊ FAZ COM OS RESÍDUOS DE MATÉRIA-PRIMA (MP)?</p> <p><input type="checkbox"/> Recicla no local <input type="checkbox"/> Se desloca em local adequado <input type="checkbox"/> Descarta em qualquer lugar</p> <p><input type="checkbox"/> Não se preocupa <input type="checkbox"/> Não sabe local adequado</p> <p><input type="checkbox"/> Descarta sem cuidado no grupo de produção <input type="checkbox"/> Outros: _____</p>	
<p>7. AS TÉCNICAS QUE VOCÊ UTILIZA SÃO:</p> <p><input type="checkbox"/> Apenas de seu domínio <input type="checkbox"/> De domínio da comunidade</p> <p><input type="checkbox"/> Técnicas de corte e peça para fibras e tecos <input type="checkbox"/> Técnicas tradicionais com novos materiais</p> <p><input type="checkbox"/> Técnicas desenvolvidas de seu mestre para ser ensinadas ao grupo _____</p> <p><input type="checkbox"/> Técnicas de fôrca indicadas de seu mestre para ser ensinadas ao grupo _____</p> <p><input type="checkbox"/> Aplicações em outros ou em programas de extensão <input type="checkbox"/> Outros: _____</p>	
<p>8. QUANTAS PESSOAS ESTÃO ENVOLVIDAS COM A PRODUÇÃO ARTESANAL NO SEU GRUPO?</p> <p>8.1 Dirigentes: _____ (nº de pessoas)</p> <p>8.2 Intervenientes: _____ (nº de pessoas)</p> <p>8.3 Outros tipos de colaboradores: _____ (nº de pessoas)</p>	
<p>9. QUANTAS HORAS DIÁRIAS, EM MÉDIA, VOCÊ TRABALHA COM O artesanato?</p> <p><input type="checkbox"/> 0 a 4 <input type="checkbox"/> 4 a 8 <input type="checkbox"/> 8 a 12 <input type="checkbox"/> Sempre que dá vontade <input type="checkbox"/> Outros: _____</p>	
<p>10. NO SEU PRINCIPAL PRODUTO, QUANTO TEMPO DORMIDA DA ENTRADA DO FIBRODO ATÉ A PRODUÇÃO GRUPO?</p> <p><input type="checkbox"/> Até uma semana <input type="checkbox"/> Até quinze dias <input type="checkbox"/> Até um mês <input type="checkbox"/> Outros: _____</p>	

5. ACESSO À MERCADO

1. OS SEUS CLIENTES, NA MAIORIA, SÃO (RUP)?

- Visitas Processo físico (varças) Telefone de pedidos direto Telefone de vendas direta
 Telefone de vendas indireto Processo eletrônico (internet) Outros, _____

2. COMO VOCÊ ENTROU EM CONTATO COM SEUS CLIENTES PELA PRIMEIRA VEZ (RUP)?

- Ele fez um pedido e pediu de qualificação, endereço e endereço Ele falou e chamou
 Ele levou os produtos ao local de trabalho Não lembro Outros, _____

3. DE QUE FORMA VOCÊ MANDA SEUS PRODUTOS AOS CLIENTES (RUP)?

- Não cobra de ninguém Ele não paga ao recebê-lo Por um parcelar
 Outros, _____

4. QUAL É A FREQUÊNCIA MÉDIA DAS CONDIÇÕES QUE SEU CLIENTE FAZ (RUP)?

- Diária Trimestral Semanal Mensal Bimestral Outros, _____

5. SE SEU CLIENTE DENDE DE ALGUMS CONDIÇÕES, VOCÊ (RUP)?

- Não tem problema com ele para não o servir Apertamos seus problemas
 Não tem problema com ele Outros, _____

6. VOCÊ PROCURA ALGUMS SEU PRODUTO À NECESSIDADE DO CLIENTE (RUP)?

- Sim Não

Em caso positivo, qual (RUP)?

- Melhor atendimento pessoal Adição para materiais, custo e qualidade diferentes
 Melhor o qualidade do produto Outros, _____

7. QUAL O DESCONTO PRATICADO PARA O ATACADO RESPEITO AO PREÇO DE VAREJO (RUP)?

- 0% 10% 20% 30% 40% 50% Outros, _____ Não pratica desconto

8. VOCÊ PRATICA UM PRAZO MÍNIMO PARA ATACADO (RUP)? SIM NÃO

Em caso positivo, qual o número de dias _____ e o valor _____?

9. SEU GRUPO FEZ ALGUM TIPO DE PESQUISA OU TESTE DE MERCADO PARA IDENTIFICAR ADEQUAÇÃO ÀS CONDIÇÕES DE CONSUMIDOR (RUP)?

- SIM NÃO

10. POSSUI MARCA REGISTRADA (RUP)?

- SIM NÃO

11. O RÔTULO OU LOGOTIPO ATENDE ÀS CONDIÇÕES DO MERCADO E DA LEGISLAÇÃO (RUP)?

- SIM NÃO

12. SERVIÇOS E BENEFÍCIOS ACOMPANHADOS AO PRODUTO (Marque um X se aplica e se praticar)		
SERVIÇOS E BENEFÍCIOS ACOMPANHADOS	PREÇO SET	PRÁTICAS
12.1 Serviço pós-venda		
12.2 Orientação sobre uso do produto		
12.3 Garantia		
12.4 Entrega		
12.5 Código de Barras		
12.6 Telex, telexsign, etc.		
12.7 Embalagem para escola		
12.8 Outros: _____		
<p>13. POSSUI INTRODUTIDAS ATRIBUIÇÕES SUBSTANCIAIS NA SUA LINHA DE PRODUTO NOS ÚLTIMOS 3 ANOS (DESENVOLVIMENTO DE NOVAS LINHAS/COLEÇÕES – INOVAÇÃO EM FUNÇÃO DA CONDIÇÃO DE MERCADO) (SI)?</p> <p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p> <p>Caso a resposta:</p> <p><input type="checkbox"/> Nova Produto <input type="checkbox"/> Nova embalagem <input type="checkbox"/> Nova técnica <input type="checkbox"/> Outra: _____</p>		
<p>14. O PREÇO PRACTADO, QUANDO COMPARADO AO DA CONCORRÊNCIA, É (SI)?</p> <p><input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> até 10% mais barato <input type="checkbox"/> entre 11 e 20% mais barato <input type="checkbox"/> até 10% mais caro</p> <p><input type="checkbox"/> entre 11 e 20% mais caro <input type="checkbox"/> Não realiza</p>		
<p>15. COMO DEFINE O PREÇO DE VENDA (SI)?</p> <p><input type="checkbox"/> Preço de preço unitário de custo de produção <input type="checkbox"/> Preço de preço unitário de custo de produção</p> <p><input type="checkbox"/> Preço de preço unitário de custo agregado <input type="checkbox"/> Não define o preço de venda</p>		
<p>16. O CUSTO ESTÁ OBTIDO NO PREÇO DO PRODUTO?</p> <p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p>		
<p>17. QUEM DEFINE O PREÇO DE VENDA (SI)?</p> <p><input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> O produtor <input type="checkbox"/> Uma instituição parceira <input type="checkbox"/> Outra: _____</p>		
<p>18. PREÇO MÍNIMO PARA ENTREGA, APÓS CONFEIÇÃO DO PRODUTO (SI)?</p> <p><input type="checkbox"/> até uma semana <input type="checkbox"/> até quinze dias <input type="checkbox"/> até um mês <input type="checkbox"/> Outra: _____</p>		
<p>19. POSSUI ORIENTAÇÃO ADOÇÃO PARA REALIZAR O TRANSPORTE DO PRODUTO (SI)?</p> <p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p> <p>SE POSSUI, QUAL O TIPO? _____</p>		

20. COMO VOCÊ DIVULGA SEUS PRODUTOS (PMP)?

Não disse, artigo, folheto Telemarketing Propaganda rádio Propaganda televisão
 Propaganda jornal ou revista Vendas pessoais Internet Merchandising Demais

21. QUEM REALIZA AS VENDAS DO ARTESANATO DO GRUPO (PMP)?

Cooperativa/associação Equipe de vendas externas. Quantas vendedoras? _____
 Representante exclusivo Demais _____

22. CANAL DE DISTRIBUIÇÃO DOS PRODUTOS (PMP)

Representante exclusivo Associação Distribuidores Vendedores
 Atacadistas Internet Atômica e bicross Ponto de venda
 Demais _____

23. VOCÊ TEM CADASTRO DE CLIENTES (PMP) Sim Não

Em sua opinião, qual o número de clientes cadastrado? _____
Número de clientes ativos, _____
Deixa o contato para identificação de clientes (RDC) Sim Não
Se sim, indique como: _____

24. QUAIS SÃO OS PRAZOS DE PAGAMENTOS REALIZADOS NAS VENDAS DO GRUPO (PMP)

Pagamento total antecipado Pagamento parcial no recebimento do pedido Pagamento à vista
 Pagamento em 30 dias Pagamento em prazo de 30 e 60 dias Pagamento em prazo de 30, 60 e 90 dias
 Pagamento em prazo maior de 90 dias. Demais _____

25. QUEM SÃO OS PRINCIPAIS CONCORRENTES NO MERCADO INTERNO, QUAL A SUA LOCALIZAÇÃO?

PRODUTOS	CONCORRENTES	PROCEDENCIA
25.1		
25.2		
25.3		

26. PONTOS FORTES DA CONCORRÊNCIA (PMP).

Preço baixo Qualidade melhor Melhor variedade Melhor atendimento
 Não precisa de crédito consumidor Não entrega Demais _____

27. PONTOS FRACOS DA CONCORRÊNCIA (PMP).

Preço maior Qualidade pior Menor variedade Pior atendimento
 Não disp. de crédito ao consumidor Não entrega Demais _____

20. VOCÊ CAPOTA OU NÃO TEM ALGUMA EXPERIÊNCIA COM CAPOTAÇÃO (P)?

- Sim, capota bastante. Não capota, mas não capota bastante. Há quem capote? ____
 Nunca tem experiência com capotação

21. EM SUA OPINIÃO, OS MAIORES PROBLEMAS DO ARTESANATO SÃO (P)?

- Desqualificação Produção informal Falta de organização de mercado
 Falta de visão de mercado Mão-de-obra escassa Sistema de produção informal
 Necessidade de financiamento Não há percepção com qualidade dos produtos
 Outras questões em questão Outros: _____

L. CAPOTAÇÃO

1. QUAIS OS MÉTODOS UTILIZADOS COM MAIOR FREQUÊNCIA PARA A PRODUÇÃO DE TÍPICAS ARTESANAS (P)?

- Produção de costureira e tearcaseca
 Produção de artesanato através de capotação com mercado
 Produção de utilização de um mercado para vender por dentro de lojas tradicionais
 Produção de utilização de um mercado para vender por dentro de lojas modernas
 Produção de vendas e outros métodos Outros: _____

2. QUAIS SÃO AS SUAS FORMAS DE INSPIRAÇÃO PARA O ARTESANATO (P)?

- Livre Não se inspira
 História Sem referência histórica e social
 Mão-de-obra clássica em sua localidade Experiência comercial
 Inspiração local ou regional No mesmo grupo tradicional por outros artesãos
 Não tem inspiração e copia modelos Outros: _____

7. GESTÃO	
1. OS CONTROLES DE VENDAS SÃO (P/UP)	
<input type="checkbox"/> Não tem controle <input type="checkbox"/> Escritório <input type="checkbox"/> Armazém <input type="checkbox"/> Outros: _____	
2. QUE TIPOS DE CONTROLES DE VENDAS SÃO ESTABELECIDOS E EM QUE PERIODICIDADE?	
TIPOS DE CONTROLES	PERIODICIDADE
2.1 Permissão	
2.2 Notas de vendas	
2.3 Notas de itens produzidos	
2.4 Notas em reais por unidade	
2.5 Controle de carga	
3. PARA QUE A PRODUÇÃO SEJA CONTÍNUA E PROFSSIONAL, VOCÊ CONSIDERA QUE ALGUÉM DE FORA PRECISA CUIDAR DOS INTERESSES DO GRUPO (P/UP)?	
<input type="checkbox"/> Sim, de um Conselho <input type="checkbox"/> Sim, de um Conselho <input type="checkbox"/> Sim, de um Administrador <input type="checkbox"/> Sim, de um Técnico/Especialista externo <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Outros: _____	
EM CASO NEGATIVO, O SEU GRUPO (P/UP)	
<input type="checkbox"/> Se responsabiliza pela manutenção e entrega dos produtos <input type="checkbox"/> Produção e proteção <input type="checkbox"/> Admissão e entrega de matéria-prima <input type="checkbox"/> Admissão e controle das vendas <input type="checkbox"/> Produção e proteção <input type="checkbox"/> Controle e produção de insumos <input type="checkbox"/> Outros: _____	
4. NO SEU GRUPO DE PRODUÇÃO ARTESANAL, QUE ATIVIDADES DE ADMINISTRAÇÃO SÃO MAS POR DESENVOLVIDAS (P/UP)	
<input type="checkbox"/> Administração <input type="checkbox"/> Planejamento <input type="checkbox"/> Distribuição de vendas/proteção <input type="checkbox"/> Negociação <input type="checkbox"/> Comunicação <input type="checkbox"/> Admissão de matéria-prima <input type="checkbox"/> Controle de produção e entrega <input type="checkbox"/> Controle financeiro <input type="checkbox"/> Outros: _____	
II. RELAÇÕES INSTITUCIONAIS	
1. DAS INSTITUIÇÕES QUE ATUAM COM O ARTEANATO, MENCIONE AS QUE MAIS BENEFICIAM VOCÊ OU SEU GRUPO (P) E AS QUE NÃO INFLUENCIAM NAS SUAS ATIVIDADES (P/UP)	
<input type="checkbox"/> Prefeitura <input type="checkbox"/> Governo do Estado <input type="checkbox"/> Governo Federal <input type="checkbox"/> SENAR <input type="checkbox"/> ONG's / OSCIP <input type="checkbox"/> Favelitas <input type="checkbox"/> Outros: _____	
2. COMO O SEU GRUPO SE COMUNICA COM AS INSTITUIÇÕES (P/UP)	
<input type="checkbox"/> O grupo vai até as instituições <input type="checkbox"/> Espera que as instituições venham até o grupo <input type="checkbox"/> Não se comunica	

3. QUAIS BENEFÍCIOS VOCE OU SEU GRUPO OBTÉM DAS INSTITUIÇÕES (PAP)?			
[] Dinheiro. Quant? _____			
[] Condições. Quant? _____			
[] Criação de Comércio Justo	[] Ajuda para produção de bens e serviços		
[] Político ou social de destaque	[] Outros. _____	[] Nenhum	
4. REALIZA FINANCIAMENTO (PAP)			
[] Sim, não crédito	[] Sim, crédito bancário	[] Sim, capitais pessoais	[] Não realiza

Assinatura do pesquisador: _____

Hora do término: _____

**AVALIAÇÃO DAS POTENCIALIDADES PARA SELEÇÃO DE APLs –
ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS E/OU MUNICÍPIOS/TERRITÓRIOS**

Este questionário de avaliação das potencialidade locais tem como objetivo criar parâmetros para a definição dos municípios/microrregiões que apresentem as melhores condições para implementação do Programa.

REGIONAL:	DATA:
MUNICÍPIO(S)/TERRITÓRIO(S) ANALISADO(S):	
RESPONSÁVEL(IS) PELAS INFORMAÇÕES:	

CRITÉRIOS	PESO	PONTUAÇÃO (0 a 3)	TOTAL DE PONTOS
1. Demanda proveniente da comunidade local dos artesãos (incidência da procura)	10		
2. Município é atendido pelo: • Programa Sebrae de Turismo _____ _____ _____	20		

CRITÉRIOS	PESO	PONTUAÇÃO (0 a 3)	TOTAL DE PONTOS
<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Desenvolvimento Local/DLIS <hr/> <hr/> <hr/>	20		
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar/Empreender com Núcleo de Artesanato <hr/> <hr/> <hr/>	15		
<ul style="list-style-type: none"> • Agronegócios <hr/> <hr/> <hr/>	15		
3. Existência de ações de outros vetores do Sebrae que possam potencializar as ações do Programa (enumerar no formulário anexo)	10		
4. Disponibilidade de matéria-prima no local, sem dano para o meio ambiente:			
1) _____	08		
2) _____	08		
3) _____	08		
4) _____	08		

CRITÉRIOS	PESO	PONTUAÇÃO (0 a 3)	TOTAL DE PONTOS
5. Existência/vocação do município para a atividade artesanal	06		
6. Possuir grupos de artesãos em atividade, por técnica artesanal:			
1) _____ com mais de ___ artesãos em ativ.	05		
2) _____ com mais de ___ artesãos em ativ.	05		
3) _____ com mais de ___ artesãos em ativ.	05		
4) _____ com mais de ___ artesãos em ativ.	05		
7. Artesãos:			
• Já atuando em associações	06		
• Em fase de associação	04		
• Não organizados	00		
8. Associação possui:			
• Atuação local	03		
• Atuação regional	07		
9. Produção artesanal:			
• Autêntica, preferencialmente com concentração em poucos produtos	06		
• De técnicas tradicionais com valor histórico	04		
10. Existe atendimento ao artesanato da região por outras instituições			
• 1 instituição	02		
• 2 instituições	03		
• 3 ou mais instituições	05		

CRITÉRIOS	PESO	PONTUAÇÃO (0 a 3)	TOTAL DE PONTOS
11. Existe possibilidade de parceria (financeira/técnica/ institucional) para alavancar o projeto	05		
12. Existência de canais de comercialização do artesanato	10		
13. Possibilidade de contrapartida (financeira e não financeira) por parte das organizações de artesãos	05		
14. Disponibilidade dos artesãos para capacitação	07		
15. A implantação do programa de artesanato no município propicia:			
• Desenvolver arranjos produtivos	10		
• Potencializar e difundir experiências de sucesso	10		
• Educação empreendedora para milhões	10		
• Fomentar e disseminar a cultura de cooperação	10		
• Universalizar o crédito e a capitalização	10		
• Tributos e desburocratização	10		
• Articular rede de apoio às MPEs	10		
TOTAL DE PONTOS			

Observações:

a) Critérios de pontuação:

0 – NÃO ATENDE AO CRITÉRIO

1 – ATENDE AO CRITÉRIO, MAS DE FORMA MUITO DEFICIENTE

2 – ATENDE AO CRITÉRIO, MAS COM RESSALVAS

3 – ATENDE AO CRITÉRIO DE FORMA EXCEPCIONAL

b) A definição dos territórios prioritários a serem atendidos pelo Programa levará em consideração as maiores pontuações.

c) Pré-requisito para desenvolvimento do projeto – existência/disponibilidade de técnicos na regional para execução dos trabalhos.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Enumerar as ações de outros vetores que estão sendo realizadas no município/microrregião.

Articulação de instituições do município com outros municípios.

Previsão do número total de artesãos que serão envolvidos no processo.

Enumerar entidades locais – parceiros potenciais.

Quais instituições atendem o setor artesanal no município? Enumerar ações desenvolvidas (por instituição).

INDICADORES DE DESEMPENHO - PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO

Indicadores são dados ou informações numéricas que quantificam as entradas (recursos ou insumos), saídas (produtos) e o desempenho de processos, produtos e da organização como um todo (resultados). Os indicadores são utilizados para acompanhar e melhorar os resultados ao longo do tempo.

A integração de indicadores pressupõe a combinação de diferentes indicadores visando facilitar a sua análise, ou seja, é a capacidade de um indicador ou grupo de indicadores interagir com outros indicadores ou grupos, visando permitir a medição do desempenho global da organização, de subsistemas ou de aspectos relevantes.

Correlacionar indicadores envolve o estabelecimento de uma relação de causa e efeito entre os indicadores, em que os resultados de um influenciam os demais.

COMUNS – SISTEMA SEBRAE

- Número de artesãos envolvidos no programa
- Percentual líquido da variação de faturamento dos artesãos atendidos
- Percentual líquido de variação dos postos de trabalho
- Custo por cliente atendido (cálculo: investimento total - Sistema Sebrae (NA+UF) + parceiro(s))
- Grau de satisfação de clientes atendidos pelo Sebrae (em percentual)

ESPECÍFICOS

- Grupos atendidos
 - Constituídos
 - Novos
 - Municípios atendidos
 - Número de municípios beneficiados
 - % municípios beneficiados (municípios atendidos divididos pelo número total de municípios do Estado)
 - Número de capacitações (ênfoque teórico)
 - Número de capacitados (ênfoque teórico)
 - Número de capacitações nas oficinas
 - Número de capacitados nas oficinas
 - Percentual de artesãos com aumento de produção
-
- Percentual de artesãos com aumento do número de novos produtos
 - Percentual de artesãos com ampliação do mercado de atuação
-
- Feiras de negócios
 - Número de feiras
 - Número de artesãos que participaram nas feiras
 - Percentual de empresas com ampliação do mercado de atuação
 - Volume de negócios durante e após o evento (90 e 180 dias)
 - Valor investido pelo Sebrae por evento
-
- Rodadas de negócios
 - Número de rodadas
 - Número de artesãos envolvidos nas rodadas (produtos de quantos artesãos)
 - Percentual de empresas com ampliação do mercado de atuação
 - Volume de negócios durante e após o evento (90 e 180 dias)
 - Valor investido pelo Sebrae por rodada
-
- Associações - cooperativas constituídas formalmente
 - Número de associações e cooperativas existentes no início do Programa
 - Quantas foram criadas a partir da ação do Programa
 - Quantas foram revitalizadas a partir da ação do Programa
-
- Empresas artesanais
 - Número de empresas artesanais existentes no início do Programa
 - Número de empresas artesanais criadas a partir da ação do Programa