



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

DINAH DE SOUSA COSTA

**A CADEIA PRODUTIVA DA ASSOCIAÇÃO CULTURA EM FOCO: o artesanato
como impulsionador do desenvolvimento sustentável local**

Recife
2019

DINAH DE SOUSA COSTA

**A CADEIA PRODUTIVA DA ASSOCIAÇÃO CULTURA EM FOCO: o artesanato
como impulsionador do desenvolvimento sustentável local**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Design.

Área de concentração: Design, tecnologia e cultura.

Orientadora: Professora Doutora Virgínia Pereira Cavalcanti.

Recife

2019

Catálogo na fonte
Bibliotecária Jéssica Pereira de Oliveira, CRB-4/2223

C837c Costa, Dinah de Sousa
A cadeia produtiva da Associação Cultura em Foco: o artesanato como
impulsionador do desenvolvimento sustentável local / Dinah de Sousa
Costa. – Recife, 2019.
187f.: il.

Orientadora: Virgínia Pereira Cavalcanti.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco.
Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design,
2019.

Inclui referências, apêndices e anexos.

1. Desenvolvimento sustentável local. 2. Cadeia produtiva.
3. Artesanato. I. Cavalcanti, Virgínia Pereira (Orientadora). II. Título.

745.2 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2020-31)

DINAH DE SOUSA COSTA

**A CADEIA PRODUTIVA DA ASSOCIAÇÃO CULTURA EM FOCO: o artesanato
como impulsionador do desenvolvimento sustentável local**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Design.

Aprovada em: 13/02/2020.

BANCA EXAMINADORA

Professora Doutora Virgínia Pereira Cavalcanti (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Professora Doutora Katia Medeiros de Araujo (Examinadora interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Professora Doutora Ana Maria Queiroz de Andrade (Examinadora externa)
O Imaginário

AGRADECIMENTOS

“Ninguém solta a mão de ninguém”. Ao longo dessa caminhada, essas são as pessoas que não soltaram a minha:

Meus pais, dona Rita e seu Carlos, que mais uma vez, me apoiaram ao tentar algo novo.

Tia Diana e Hiago, que abriram sua casa e aceitaram uma nova moradora. Jamais esquecerei nossas conversas na cozinha.

Will, companheiro de todas as horas. Sem seu apoio não teria chegado até este momento. Mesmo.

Minha orientadora Dr^a Virgínia Cavalcanti, que acreditou em mim e neste projeto.

As professoras da banca, Ana Andrade e Katia Araújo, obrigada pelas contribuições.

Flavia e Marcelo, que estavam sempre prontos a esclarecer quaisquer dúvidas relacionadas ao programa. A Jéssica da biblioteca, pela paciência.

As novas amigas que o mestrado me trouxe: Carol, Jéssica, Laura e Renata. Obrigada por todas as conversas. Espero outras caminhadas na Rua das Calçadas, piqueniques no parque da Jaqueira e cervejas no Bar do Peludo.

Os amigos desde a graduação em Rádio e Tv, em outra vida: Wendel e Bruna- obrigada por todos os “helps” sem vocês também isto não estaria acontecendo, e Gonçalo. A vida muda, as configurações dela também, mas sempre posso contar com vocês. Já podemos (finalmente) abrir esse vinho. Temos muito o que comemorar.

Verena e Nat, “minhas amigas de verdade, por toda a eternidade”, como diz a música punk que escutávamos na adolescência.

As meninas do design Shirley, Priscila- obrigada pela mão, suas lindas! E Adriana. Mesmo com a agenda atribulada, nossos reencontros são sempre maravilhosos.

Igu e Uiu, amigos que só os encontros de design poderiam proporcionar. Valeu por todas as conversas sobre a dissertação. Ansiosa por discutir Kafka novamente com vocês, ao vivo, de preferência, na nossa Bahêa linda. Sds busu de trocador.

Fernando e Marjorie, ex-mestres, ex-colegas de trabalho, atuais amigos.

O designer gráfico do IPTI, que me permitiu conhecer pessoas tão maravilhosas.

Os artesãos da Associação, por todo o acolhimento e risadas.

E por último, mas não menos importante a Capes. Espero que gerações de mestres e doutores possam ter esse aporte financeiro tão necessário

RESUMO

O fazer artesanal constitui importante atividade econômica, cultural e social. Sobre sua importância econômica ressalta-se a inclusão de mulheres e jovens na atividade produtiva, que pode ser realizada concomitantemente com afazeres domésticos ou estudo, além do baixo investimento para criar-se este posto de trabalho. Sobre os aspectos culturais, relata-se a valorização da cultura da região produtora deste artesanato. No que tange os aspectos sociais ressalta-se a valorização da autoestima, além dos laços pessoais criados entre os produtores dos artefatos. Assim sendo esta pesquisa tem como objetivo analisar a cadeia produtiva da Associação Cultura em foco de Santa Luzia do Itanhhy tomando como base os parâmetros do desenvolvimento sustentável local nas dimensões social, ambiental e econômica com especial enfoque sobre as condições de trabalho e vida dos artesãos. Para tal, o estudo está dividido em duas partes. A primeira é fundamentada teoricamente a partir de pesquisa bibliográfica, e trata da relação entre design artesanato, além das premissas do desenvolvimento sustentável local. A segunda parte diz respeito ao objeto empírico analisado, que é a cadeia produtiva da Associação Cultura em foco, e sua participação no projeto de fomento ao artesanato “Cultura em foco”, do IPTI. Para levar a cabo a tarefa de comparar as premissas teóricas com as práticas realizadas, foi realizado um estudo de caso, nos moldes propostos por Yin (2003) e Goldenberg (2004). Como conclusões das pesquisas podemos inferir que, embora a Associação tenha recebido diversos cursos de capacitação, assim como intervenções de design, os pressupostos determinados pelos autores aqui utilizados, no que diz respeito a desenvolvimento sustentável local não são observados devido a causas externas à realidade local dos trabalhadores.

Palavras-chave: Desenvolvimento sustentável local. Cadeia produtiva. Artesanato.

ABSTRACT

Craft making is an important economic cultural and social activity. Regarding its economic significance it is importante to highlight the inclusion of women and young people in this productive activity, which can be carried out concomitantly with domestic tasks or studying activities and it also requires a low investment to create this job position. Relating to its cultural aspects, the cultural valorization of a region is reported. With regard to its sociais aspects, self-esteem is valued, as well as the personal ties created among the producers of the artifacts. Thus, this research aims to analyze Associação Cultura em Foco de Santa Luzia do Itanhy's productive chain based on the parameters of sustainable local development in social, environmental and economic dimensions with a special focus on the working and living conditions of artisans. For such task, the study is divided in two parts. The first is theoretically based on bibliographical research, and it deals with the relationship between handicraft and design, in addition to the premises of local sustainable development. The second part concerns the empirical object analyzed, which is the Associação Cultura em foco de Santa Luzia do Itanhy's productive chain and the Associação's participation in the project to promote the handicraft "Cultura em foco from IPTI. In order to carry out the task of comparing the theoretical premises with the practices carried out, a case study was implemented, as proposed by Yin (2003) and Goldenberg (2004). As conclusions this research we can infer that, although the Association has received several training courses, as well as design interventions, the assumptions determined by the authors used in this study, regarding local sustainable development are not observed due to causes external to the local reality of the workers

Key words: Sustainable development. Productive chain. Handicrafts.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	Metodologia.....	14
1.2	Estrutura da dissertação.....	15
2	ARTESANATO, DESIGN E CADEIA PRODUTIVA.....	17
2.1	Artesanato no Brasil.....	17
2.2	Formação do design brasileiro.....	19
2.3	Design e artesanato.....	23
2.4	Cadeia produtiva do artesanato.....	33
3	DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL LOCAL.....	38
3.1	A mudança do paradigma econômico.....	38
3.2	Desenvolvimento sustentável local.....	39
3.3	Artesanato e desenvolvimento sustentável local.....	43
4	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	47
4.1	Metodologia do estudo de caso.....	47
4.2	Protocolo de pesquisa.....	48
4.3	Pesquisa de campo.....	49
5	ANALISANDO O CASO.....	57
5.1	A localidade.....	57
5.2	O IPTI e o Projeto Cultura em Foco.....	58
5.3	Mapeamento da cadeia produtiva da Associação Cultura em Foco de Santa Luzia do Itanhy.....	62
5.3.1	Modelos de Análise- Identificação das matérias- primas.....	62
5.3.2	Modelos de Análise- Identificação de processos produtivos.....	65
5.3.3	Modelos de Análise- Identificação de acesso a mercados.....	67
5.3.4	Modelos de Análise- Cidadania e reconhecimento.....	70
5.4	Compreendendo o caso.....	72
5.4.1	Sede da Associação Cultura em Foco em Santa Luzia do Itanhy.....	74
5.4.2	Fellicia.....	75
5.4.3	Matérias-primas.....	76
5.4.4	Produção.....	77
5.4.5	Pagamento.....	81

5.4.6	Canais de distribuição.....	82
5.4.7	Promoção.....	85
5.4.8	Associação Cultura em Foco em relação ao desenvolvimento sustentável local.....	88
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	91
	REFERÊNCIAS	95
	APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM OS ARTESÃOS.....	102
	APÊNDICE B – ENTREVISTA COM GESTOR 2.....	137
	APÊNDICE C – E-MAIL ENVIADO PARA GESTOR 1.....	144
	APÊNDICE D – E-MAIL ENVIADO A DESIGNER.....	146
	ANEXO A – ENTREVISTA DE GESTOR 2 A DANIEL DOUEK.....	147
	ANEXO B – ENTREVISTA DE GESTOR 2 A ANA PAULA MACHADO.....	156
	ANEXO C – CATÁLOGO DA FELLICIA.....	164

1 INTRODUÇÃO

Os artefatos artesanais, sejam eles decorativos ou utilitários comunicam os elementos com que determinada comunidade se identifica, corporificando a identidade de um povo (Mengozi, 2001).

Para compreender o objeto artesanal, neste trabalho será considerado artesanato como descreve a definição do Simpósio Internacional de Artesanato e Mercado da UNESCO (1997), que diz que :

“Produtos artesanais são 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 o 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.”

Assim, se assimila que o artesanato advém da criatividade inerente a seu feitor, representando seu modo de enxergar o entorno, seja de maneira individual ou coletiva. Artesanato portanto, relaciona-se ao modo de vida da comunidade produtora resultando na identidade desta comunidade, como já explicitado por Mengozzi (2001).

Entretanto, além de ser o veículo propagador de identidade de um grupo, ressalta-se sua importância econômica. O baixo custo para a abertura de um posto de trabalho ligado ao artesanato aliado a inclusão de grupos socialmente desfavorecidos, tais como os de baixa escolaridade e idade elevada no mercado de trabalho tornam o fazer artesanal uma atividade que merece uma compreensão mais detalhada de sua relevância no campo da economia.

Ressalta-se ainda que ao incluir jovens na atividade, a atividade promove a fixação desta população no seu local de nascimento. Outro fator positivo do ofício é que ele pode ser realizado na casa do artesão, no seu próprio ritmo, fazendo com que possa ser combinado a outras atividades tais como afazeres domésticos ou estudos.

Além dos aspectos relatados acima, o fazer artesanal movimentava cerca de cinquenta bilhões por ano e é responsável por 2,8% do PIB brasileiro. Além disto,

está presente em 64,3% dos municípios brasileiros, o que demonstra novamente seu destaque no âmbito econômico.

Se o artesanato é o objeto produzido a mão que pode contar com o auxílio de alguma ferramenta para a feitura do artefato, como pontua a Unesco (1997), o design, por ora, pode ser entendido como o projetar de um objeto.

A divisão entre quem separa a matéria prima, pensa o objeto e o executa, no caso o artesão, de quem somente pensa este objeto e seu modo de ser feito dá-se durante a Revolução Industrial. Foi neste período que surge a profissão ligada a criação de artefatos que serão produzidos pela máquina, distanciando o homem de uma atividade milenar por ele executada.

Com a referida revolução o artesanato não deixa de existir. Entretanto, é desenvolvida uma preferência pelos objetos seriados produzidos pelas máquinas em detrimento do objeto artesanal.

Há algumas décadas, porém, os dois campos de trabalho vêm-se aproximando. O designer vem conseguindo, através de intervenções em grupos artesanais, solucionar alguns problemas encontrados por estes grupos, tais como controle de qualidade ou armazenamento das peças, contribuindo assim para a inserção do produto artesanal em um mercado diferenciado.

O contexto que se deu esta aproximação será detalhado mais adiante neste estudo. Neste momento, é necessário saber que esta conexão pode ter resultados positivos ou negativos. A respeito deste último, pode ser que ao se adequar o produto as exigências de mercado haja uma descaracterização do mesmo.

Porém, quando benéfica, esta relação pode melhorar tecnicamente o produto ou introduzir novos materiais presentes em abundância no território, além de afirmar a identidade da comunidade produtora, gerando mais renda a partir da reinserção deste artesanato no mercado.

Então, este artesanato pode ser instrumento propulsor do DSL, pois este desenvolvimento:

[...] deve mobilizar e explorar as potencialidades locais e contribuir para elevar as oportunidades sociais e a viabilidade e competitividade da economia local; ao mesmo tempo, deve assegurar a conservação dos recursos naturais locais, que são a base mesma das suas potencialidades e condição para a qualidade de vida da população local. (BUARQUE, 2002, p. 25)

Pelos motivos acima expostos, surge o interesse em estudar uma empresa artesanal que tenha tomado parte em um programa de fomento ao artesanato, e conseqüentemente, tenha havido uma intervenção de design. A pesquisadora é de Sergipe e por ser um estado pequeno, com poucas escolas ligadas ao ensino do design, acredita-se que estudar um grupo artesanal do estado de forma acadêmica a partir deste arcabouço teórico seja algo incipiente e que possa trazer outras visões para a prática e o ensino desta disciplina na região.

Para tal, escolhe-se a Associação Cultura em Foco de Santa Luzia do Itanhy, localizada no perímetro urbano da referida cidade, no período de 2009, quando se inicia o projeto de fomento que dá origem a Associação, até 2017.

Fomentado pelo Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI), o projeto, denominado “Cultura em Foco” teve duração de dois anos. Foram trabalhadas três tipologias: fibras vegetais, miniaturas e brinquedos populares além de tecidos.

As oficinas de fibras vegetais duraram um ano e meio, acontecendo por uma semana mensalmente. As de miniaturas e brinquedos tiveram a duração de 6 meses, sendo suas aulas duas vezes por semana. Não há dados sobre a aprendizagem da técnica de fuxico.

Além das aulas de aprendizagem do ofício, houveram cursos sobre gestão, mercado, formação de preço, associativismo e empreendedorismo, em parceria com o Sebrae.

Portanto, os artesãos aprenderam não somente como fazer o produto, mas como manter sua qualidade, armazenamento e beneficiamento das fibras utilizadas bem como princípios relacionados ao mercado, tais como os cursos já mencionados de empreendedorismo e precificação.

Ao fim do projeto, cinco linhas de produtos foram desenvolvidas, totalizando aproximadamente 60 produtos. A Associação Cultura em Foco de Santa Luzia do Itanhy foi criada e também uma empresa para a venda da produção da Associação, denominada Fellicia.

Ao se pensar sobre o fluxo de conhecimento da Associação acerca de matérias primas, produção e mercado, tem-se um paralelo com a cadeia produtiva da mesma. Para Tabosa et al (2016), a análise desta cadeia produtiva faz-se necessário, pois:

[...] o retorno prático de informações se dá pela identificação de oportunidades de melhoria quanto a obstruções ou gargalos em relação a: produções ou captação de matéria-prima, falta de sincronia entre as partes de produção ou entre produção e mercado, sobreposições ou repetições de atividades, prejuízos ocasionados pela falta ou ineficiência de comunicação interna e externa. (TABOSA, et al 2016, p. 25).

Surge então a pergunta: De que forma a cadeia produtiva da Associação Cultura em foco de Santa Luzia do Itanhy tem promovido o desenvolvimento sustentável local para os artesãos que dela fazem parte?

Então esta pesquisa tem como objetivo principal analisar a cadeia produtiva da Associação Cultura em Foco de Santa Luzia do Itanhy tomando como base os parâmetros do desenvolvimento local sustentável nas dimensões social, ambiental e econômica com especial enfoque sobre as condições de trabalho e vida dos artesãos. Para que isto seja conseguido, é necessário ter em mente os objetivos específicos, que são os que seguem:

- Estabelecer as bases teóricas que permitem a análise da relação entre design, artesanato e desenvolvimento sustentável;
- Mapear a cadeia produtiva da Associação estruturando os fluxos, processos e agentes participantes dessas ações da obtenção da matéria-prima, produção e venda do produto.
- Levantar dados acerca da maneira como o projeto “Cultura em Foco” capacitou os artesãos e embasou os procedimentos realizados pela Associação atualmente.
- Avaliar quais premissas de desenvolvimento sustentável local estão de fato presentes na cadeia produtiva da Associação.

Para que estes objetivos sejam alcançados, a metodologia escolhida para tanto será melhor explicada no próximo tópico.

1.1 Metodologia

A pesquisa, por ter caráter científico, é sistemática, ou seja, tem suas ideias; métodos e conclusões ordenados. Esta pesquisa é também verificável, pois suas hipóteses podem ser comprovadas e falível, pois seu conhecimento não é definitivo, podendo então contribuir com novas preposições e técnicas acerca do tema (LAKATOS; MARCONE, 2003). Desta forma, métodos e técnicas de pesquisa científicas adequadas para que os objetivos propostos sejam alcançados foram selecionados para este trabalho.

Esta pesquisa tem caráter qualitativo, pois, segundo Goldenberg (2004, p. 50): “os métodos qualitativos enfatizam as particularidades de um fenômeno em termos de seu significado para o grupo pesquisado.” Ou seja, a pesquisa demanda respostas do grupo pesquisado que não podem ser conseguidas através de dados estatísticos ou questionários padronizados.

Assim sendo, a abordagem da pesquisa será feita a partir do método dialético. Este método foi escolhido por não analisar as coisas- fenômenos e sociedade- como objetos fixos, mas como objetos em constante transformação e desenvolvimento. O referido método também parte da premissa que estas variáveis não estão isoladas, mas são fenômenos ligados e dependentes entre si (LAKATOS; MARCONE, 2003). Ou seja, a cadeia produtiva da Associação Cultura em foco não está isolada de seu entorno, sendo condicionada e influenciada por outros elementos de maneira recíproca.

No que concerne o método de procedimento, a pesquisa ocupa-se do método de estudo de caso. Este método é escolhido pois, segundo Goldenberg (2004, p. 33):

O estudo de caso não é uma técnica específica, mas uma análise holística, a mais completa possível, que considera a unidade social estudada como um todo, seja um indivíduo, uma família, uma instituição ou uma comunidade, com o objetivo de compreendê-los em seus próprios termos.

Sendo esta uma pesquisa qualitativa, como dito anteriormente, o estudo de caso apresenta-se como o método mais adequado a realização dos objetivos propostos, pois possibilita uma inserção ao contexto real da referida Associação.

1.2 Estrutura da Dissertação

A presente dissertação está dividida em 06 (seis) capítulos, nos quais são traçadas as diretrizes que norteiam o trabalho e, no momento apropriado, permitem a análise proposta na pesquisa. No primeiro momento, apresentamos aspectos formais que nos ajudam a entender de que forma o trabalho é conduzido. A seguir, traçamos um panorama do desenvolvimento dos conceitos que embasam nossa pesquisa, a fim de termos subsídios teóricos para as próximas etapas da mesma. De posse do arcabouço teórico necessário para analisar o nosso objeto passamos ao próximo passo, a saber: o detalhamento da Metodologia a qual lançamos mão para levar a cabo a nossa análise. Como próxima etapa de pesquisa, partimos para o estudo de caso propriamente dito, através da observância do objeto de análise, bem como descrição das condições nas quais o mesmo se encontra inserido. Ao final do exame empírico, estamos aptos a apontar algumas considerações finais, a partir do confronto entre os pressupostos teóricos e a realidade social encontrada no objeto analisado. Nos próximos parágrafos abordaremos de maneira detalhada o conteúdo de cada um dos capítulos que compõem este documento.

O primeiro capítulo é a Introdução, na qual são apresentados os recortes gerais da pesquisa, além de revelar a importância e necessidade desta investigação. Relata também o objetivo geral e os objetivos específicos além da pergunta da pesquisa. Discorre ainda sobre os métodos científicos utilizados, assim como a estrutura deste estudo. Ou seja, é exposto neste capítulo referências à estrutura formal que deu as linhas gerais para o desenvolvimento posterior de todo o trabalho.

O segundo capítulo, intitulado “Artesanato, design e cadeia produtiva”, inicia-se com a discussão acerca do primeiro termo e segue sublinhando sua importância econômica e social. Após esta exposição, insere a temática do design e sua formação dentro do território brasileiro. Explicita também a relação entre design e artesanato e como ambas as áreas se beneficiam desta aproximação. E, por fim, detalha o modelo de cadeia produtiva aqui mapeado assim como alguns conceitos relativos a este mapeamento.

O terceiro capítulo é denominado “Desenvolvimento sustentável local”, e tem por objetivo discutir a mudança de paradigma econômico, ao falar sobre o fim da crença nos recursos naturais ilimitados e o impacto deste acontecimento na

economia além de apresentar os conceitos ligados a desenvolvimento sustentável local, bem como a relação do DSL com o fazer artesanal.

O quarto capítulo refere-se à “Metodologia da pesquisa”, aqui representada pela pesquisa de campo, através dos dados coletados relativos ao estudo de caso. Além de expor os métodos utilizados, apresenta o protocolo de pesquisa e a descrição da pesquisa de campo.

O quinto capítulo, intitulado “Analisando o caso”, se debruça sobre o estudo de caso em si. Através da descrição do município em que a Associação se localiza e como se deu a sua criação a partir do Projeto Cultura em Foco, podemos perceber a relevância do debate a respeito do conceito de desenvolvimento sustentável local. Relata ainda o vínculo da Associação com o IPTI com a Associação Cultura em Foco e a empresa Fellicia. Há ainda o mapeamento da cadeia produtiva da referida associação, além da análise da conjuntura revelada por este mapeamento.

O sexto, e último capítulo, apresenta as conclusões da pesquisa. Tendo como principal objetivo expor o que foi compreendido, a partir dos resultados adquiridos, além de apontar possíveis limitações e potencialidades do projeto, para o desenvolvimento da comunidade analisada.

2 ARTESANATO, DESIGN E CADEIA PRODUTIVA

2.1 Artesanato no Brasil

Como dito na introdução do presente trabalho, consideramos aqui a definição de artesanato como objetos confeccionados a mão ou com auxílio de ferramentas, desde que o artesão contribua mais para a transformação da matéria-prima em produto acabado do que as ferramentas por ele utilizadas. (UNESCO, 1997).

Sendo assim, a prática artesanal se liga a criatividade humana, através de sua concepção e também ao território, através das transformações das matérias-primas presentes no mesmo. Liga-se também as práticas sociais e culturais incorporadas a atividade, estando aí incluído sua transmissão a outras pessoas- que podem introduzir modificações no processo- bem como o senso de pertencimento a um grupo e os laços estabelecidos com ele.

Estes grupos de artesãos podem ser formais ou informais. E, segundo a Base Conceitual do Artesanato (2012), pode ser classificado de três maneiras:

- Grupos de produção artesanal – artesãos que atuam no mesmo segmento artesanal- que pode ser até duas tipologias de maneira informal.
- Núcleos de produção familiar – Membros de uma mesma família se dedicam a atividade, podendo ser essa dedicação integral, parcial ou esporádica.
- Núcleos mistos –São formados por artesãos que trabalham com diferentes matérias-primas e técnicas de produção, mas que se unem em busca de benefícios comuns, assim como meios de promoção e comercialização de seus produtos.

Por ser uma atividade presente em 64,3% dos municípios no Brasil, o artesanato se apresenta não somente como uma manifestação cultural ou saída a massificação de produtos industrializados, mas também uma ocupação para a mão de obra sem qualificação formal, contribuindo para o decréscimo da desigualdade social no país (TERMO DE REFERÊNCIA DO ARTESANATO SEBRAE, 2010).

Como desafios ao pleno aproveitamento das benesses acima elencadas, cita-se a concorrência, o despreparo legal para o crescimento do empreendimento e a falta de visão empreendedora do artesão.

Para apoiar os artesãos ao longo de suas trajetórias surge diversos programas de auxílios aos mesmos. Dentre estas iniciativas, destaca-se Sebrae, que desenvolve ações relacionadas a temática. Para tal feito, o Sebrae utiliza uma classificação da atividade artesanal, de acordo com “com seu processo de produção, sua origem, uso e destino” (Sebrae, 2010, p. 12), para que as especificidades de cada tipo de fazer sejam atendidas.

Importante ressaltar que para definir as diferentes atividades artesanais, o Sebrae vale-se do conceito proposto pelo Conselho Mundial do Artesanato, que define “artesanato toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade.” (TERMO DE REFERÊNCIA DO ARTESANATO SEBRAE, 2010, p. 12).

Então, as categorias de artesanato especificadas pelo Sebrae (2010) são:

- **Artesanato indígena** - produzidos em uma comunidade indígena, como o nome já diz, é de produção coletiva, sem autores identificados, além de ser uma atividade entremeada com o cotidiano da tribo.
- **Artesanato tradicional** - altamente expressivo da cultura de origem, é produzido familiarmente ou em pequenos grupos próximos geograficamente. Seu saber é passado há gerações.
- **Artesanato de referência cultural** - geralmente é o artesanato produzido em parceria entre designers, artistas e artesãos, porém seus traços culturais locais mais representativos são preservados.
- **Artesanato conceitual** - este tipo de artesanato representa um estilo de vida ou afinidade cultural, geralmente ligado ao movimento ecológico e naturalista.

O Sebrae ainda determina a finalidade dos produtos artesanais, que podem ser: adornos e acessórios; decorativo; educativo; lúdico; religioso e utilitário.

Importante, neste ponto, sublinhar não somente o aspecto econômico do artesanato, já mencionado, mas seu aspecto cultural e religioso: manifestações culturais tais como o bumba-meu-boi e o carnaval refletem um alto potencial criativo

e a habilidade de quem faz as fantasias, assim como os balangandãs e adereços das religiões de matriz africanas presentes no país.

Outra iniciativa de fomento ao artesanato é o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), que tem como missão “coordenar e desenvolver atividades que visam valorizar o artesão brasileiro, elevando o seu nível cultural, profissional, social e econômico” (Artesol, 2019, n.p.). Atuando a partir dos governos estaduais, ou seja, de forma descentralizada estimula e fortalece o empreendedorismo no setor.

O programa possui uma classificação baseada na origem, natureza de criação e produção da peça. Esta classificação se assemelha a catalogação proposta pelo Sebrae. As categorias seriam o Artesanato indígena; o tradicional; de referência cultural e o conceitual, aqui também chamado de contemporâneo. Por suas definições serem similares não serão aqui reescritas, fazendo-se a ressalva em relação ao novo tipo, que seria o Artesanato de reciclagem. Este artesanato é produzido a partir de matéria-prima reutilizada e a partir disto, desenvolve a consciência dos cidadãos a respeito de materiais que se destinariam ao lixo, além de contribuir para a diminuição da extração de novos recursos.

Quanto a seu uso, além dos propósitos que o Sebrae define- adornos e acessório; decorativo; educativo; lúdico; religioso; utilitário- conta também com as aplicações profanas, quando relacionados a cenas do cotidiano humano e/ou animal relacionadas a sexualidade, além de lembranças e souvenir.

Estas classificações apenas demonstram a complexidade do contexto de produção do artesanato. Compreender sua origem contribui para a valorização do mesmo.

2.2 Formação do design brasileiro

Mundialmente, o ensino do design tem como marco a criação da Bauhaus, escola alemã aberta em 1919, dirigida inicialmente pelo arquiteto Walter Gropius, que reconhecia as similaridades entre artes visuais e artes aplicadas e: “[...] procurava uma unidade entre arte e tecnologia e arregimentou uma geração de artistas na luta para resolver problemas de design criados pela industrialização.” (MEGGS; PURVIS, 2009, p. 403).

Inicialmente aberta na cidade de Weimar, tinha como objetivo principal “[...] a estrutura erguida ‘em conjunto’ a qual todos deveriam contribuir através do artesanato.” (DROSTE, 2001, p. 22). Com as eleições de 1924 e a vitória de um novo partido na cidade, a Bauhaus vê-se forçada a mudar para a cidade de Dessau, em 1925.

A sustentação econômica da Bauhaus deveria se dar pelo conjunto de verba governamental; taxas pagas pelos alunos, além da venda de licenças a empresas que quisessem comercializar os produtos projetados pela escola. Entretanto, essas licenças nunca foram muito rentáveis, e a escola sempre dependeu, majoritariamente, de recursos do governo.

A partir das eleições de 1930, o partido nacional-socialista, a agremiação que Hitler fazia parte, ganha mais cadeiras no parlamento alemão, somando novas vitórias nas eleições subsequentes.

Como consequência deste fato, as pressões para o encerramento da Bauhaus avolumam-se, pois, a escola é acusada ter bases ideológicas ligadas ao comunismo. A Bauhaus muda-se então para Berlim no ano de 1932, porém nunca chega a reabrir, pois para que isto aconteça, o novo governo nazista faz diferentes exigências. Em um encontro em que estas condições para sua reabertura foram postas, os presentes- alunos e mestres- votaram por sua dissolução, em um último gesto de liberdade de pensamento.

Embora tenha funcionado apenas de 1919 a 1932, a escola é extremamente importante para o design mundial, pois a sua maneira de pensar o ensino “foi adotado em todo o mundo nos currículos das Escolas Superiores de Arte e Forma continuando ainda hoje a ter influência” (DROSTE, 2009. p. 6).

Essa adoção dos ideais da Bauhaus se dá, em parte, pelo espalhamento de seus professores pelo mundo: Gropius e Breuer vão lecionar em Harvard; Josef Albers na Black Mountain College, na Carolina do Norte, e Moholy-Nagy com a New Bauhaus em Chicago.

Outro importante marco no que se refere ao ensino do design é a criação da Hochschule für Gestaltung Ulm- a escola Superior da forma de Ulm. Concebida em 1947 e inaugurada em 1952, na cidade de Ulm, na Alemanha a escola teve início completamente diferente da Bauhaus.

A escola foi pensada como uma maneira de homenagear os irmãos Hans e Sophie Scholl, por sua irmã mais velha, Inge Scholl. Eles foram mortos durante o

regime nazista por entregarem panfletos contra o regime vigente na universidade em que estudavam. Através de um fundo criado em nome destes irmãos, a Escola da Forma tem uma fonte de renda diferenciada.

Por sua razão de ser- uma maneira de homenagear os irmãos Scholl mortos por combater o fascismo-, inicialmente a escola seria orientada “[...] a ampla área das manifestações sociais e do indivíduo na sociedade” (LEITE, 2009, p. 263). Entretanto, o esposo de Inge Scholl, o designer e tipógrafo Otl Aicher pensou a escola com Max Bill, ex-aluno da Bauhaus. Então, a escola teve seu foco mudado para o design, que se preocuparia também com as questões acima mencionadas.

Assim como a Bauhaus, pairava em Ulm prescrições formais sobre a forma, baseadas na abstração geométrica, criando uma linguagem pretensamente universal. A empresa de eletrodomésticos Braun firmou parceria com a escola, que desenvolveu vários produtos para a companhia tornando-a conhecida através de seus artigos com aparência moderna e funcional.

Cita-se como importante fato relacionado a escola seu campus formado por alunos de origens diversas: Tomás Maldonado, argentino inicia como professor da escola em 1955 e torna-se seu diretor em 1966, até seu fechamento. Alexandre Wollner, brasileiro que terá protagonismo na criação da ESDI também foi um de seus alunos. O legado da escola fica claro nas palavras de LEITE (2009, p. 275):

Sobretudo, pelo fato de o seu legado ter-se firmado mais intensamente, tal qual a Bauhaus, no plano da estética: tanto do produto, quanto no terreno pedagógico. Assim, as formas produzidas durante a formação dos estudantes de Ulm vieram, em parte, a substituir os próprios enunciados dos exercícios, transformando-se em modelos multiplicados pelas diversas escolas resultantes da propagação de seu arcabouço pedagógico. Por alguma lógica desconhecida, talvez por uma crença excessiva na adaptação.

Embora mantida inicialmente com dinheiro do fundo criado em memória dos irmãos Scholl e parcerias com empresas, a escola fecha as portas em 1968, em meio a uma crise financeira.

Se a Bauhaus e a Escola de Ulm são os pilares do ensino do design no mundo, no Brasil, esses pilares são a criação do Instituto de Arte Contemporânea (IAC), em 1951, em São Paulo e a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), em 1963, no Rio de Janeiro.

O IAC, ligado ao Masp abre suas portas em 1951. Embora a cidade de São Paulo estivesse vivendo uma industrialização sem precedentes no Brasil, os alunos não eram absorvidos pela indústria. Perdendo, portanto, sua razão de ser, o curso fecha em 1953, no seu terceiro ano de atuação. Como a formação tinha duração de quatro anos, não há turmas formadas, embora importantes nomes como Alexandre Wollner e Emilie Chamie tenham sido alunos do Instituto.

Já em 1963, com o apoio do então governador do Rio de Janeiro, é inaugurada a Escola de Desenho Industrial, ESDI. Com seu currículo baseado na Escola de Ulm, “A implantação desse modelo ocorreu como atitude deliberada, dissociada de qualquer experiência anterior ou paralela desenvolvida no Brasil” (LEITE, 2009, p. 254).

Seguindo então o preceito da universalidade da linguagem formal, a ESDI nasce descolada da realidade da produção e consumo brasileiros, além de alheia as particularidades culturais e sociais do país. A mesma estrutura pedagógica de Ulm, focada mais em disciplinas de projetos do que em matérias teóricas adotada na escola foi adotada em vários cursos não somente no Brasil, como na América Latina.

Para Leite (2009), esse fato torna o designer e o seu fazer algo alheio a sociedade brasileira, que não compreende a profissão e vice-versa, gerando estranhamento de ambos os lados. Além da instituição do ensino do design no Brasil, temos o campo de trabalho desses profissionais.

Durante a industrialização brasileira não houve a esperada contratação de designers. Promovida pelo governo, a referida industrialização se concentrou em facilitar a vinda de empresas multinacionais através de facilidades fiscais, entre outros benefícios, ao invés de investir em seu próprio parque industrial.

Deste modelo de industrialização temos como resultado a fabricação de produtos projetados nos países de origem destas multinacionais, inclusive já ultrapassados nestas localidades, com a redução de sua qualidade para a diminuição de seu preço, o chamado *down grade*. (MORAES, 2009).

Se por um lado, não havia campo de atuação para o desenhista industrial, a época da industrialização e da ditadura viu o campo gráfico florescer. Capas de disco- cita-se como marco os discos tropicalistas-; assim como grandes marcas, tais como Itaú, Petrobras e Banespa foram criados nesta época (MELO E RAMOS, 2011).

Já a década de 80, importante marco histórico brasileiro com as eleições diretas de 1989 após décadas de ditadura militar, é ressaltada por Melo e Ramos (2011, p. 524), como a década que:

As escolas de design completam vinte anos de existência, tempo o suficiente para gerar uma mudança quantitativa no quadro de profissionais formados em bancos escolares. Nesse contexto, a maior novidade é o declínio do modernismo como referência erudita hegemônica, e seu questionamento pelo assim chamado pós-modernismo. O aspecto mais relevante desse processo de transformação é que deixa de existir um único ideário estruturado como sistema unificado de pensamento; a partir desta década, é preciso aprender a trabalhar sob o signo da pluralidade.

Nos anos 90, com a chegada do computador pessoal, o designer passa de produtor a operador de imagens. A sintaxe da fragmentação, tendência mundial chega ao Brasil. É a “desconstrução”, em oposição a tendências construtivas, o modernismo incluso nessa segunda categoria. Novas tecnologias e o desenvolvimento das comunicações marcam o período.

É também nessa década que a Associação dos Designers Gráficos (ADG), criada na década anterior começa a promover as Bienais de Design Gráfico, importante vitrine para o setor.

Neste mesmo decênio, a iconografia de caráter histórico é incorporada ao repertório do designer, bem como as manifestações culturais e artísticas brasileiras, sendo finalmente valorizada nossa diversidade, criando uma linguagem pulsante e única.

2.3 Design e artesanato

Ao se estudar a relação entre design e artesanato, é importante deixar claro de qual visão de design estamos tratando. Embora em seus primórdios o design fosse uma atividade de projeção de objetos industriais, bem como de suas embalagens e publicidade, na contemporaneidade a atividade foi modificada.

A WDO- *World Design Organization*, antes conhecida como ICSID e fundada em 1957 para discutir e ampliar a atuação do design, em sua mais recente definição da atividade, em 2015, diz que:

Design industrial é um processo estratégico de solução de problemas que impulsiona a inovação, constrói o sucesso do negócio e leva a uma melhor

qualidade de vida por meio de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadoras. O design industrial preenche a lacuna entre o que é e o que é possível. É uma profissão transdisciplinar que aproveita a criatividade para resolver problemas e Co criar soluções com o intuito de tornar melhor um produto, sistema, serviço, experiência ou negócio. Na sua essência, o Design Industrial oferece uma maneira mais otimista de olhar para o futuro, reformulando problemas como oportunidades. Ele conecta inovação, tecnologia, pesquisa, negócios e clientes para fornecer novos valores e vantagens competitivas em esferas econômicas, sociais e ambientais. (WORLD DESIGN ORGANIZATION, 2015, N.P.)

Isto significa que a disciplina do design não mais se ocupa apenas de idealizar produtos fabricados pela indústria para que sejam sucesso de vendas, como se deu nos primórdios da profissão, durante a Revolução Industrial. Com esta mudança de paradigma de projetador para solucionador de problemas, a atividade põe o homem e suas necessidades como principal abordagem.

Este tipo de visão, que não pensa somente no aspecto econômico, mas também no social e ambiental favorece também a aproximação com o artesanato. Este vínculo pode enriquecer o fazer artesanal inserindo em sua produção técnicas diversificadas, além de cores, materiais e símbolos. Este processo pode fazer com que este artesanato se torne mais competitivo no mercado, favorecendo a comunidade. Como se deu esta afinidade entre o design e artesanato é o que veremos a seguir.

Foi durante a Revolução Industrial, ocorrida inicialmente na Inglaterra entre 1760 e 1840 que ocorre a completa dissociação entre o projetar e o fazer. Este fato fica claro nas palavras de Meggs e Purvis (2009, p. 175):

As artes manuais se encolhiam à medida que findava a unidade entre projeto e produção. Anteriormente, um artesão projetava e fabricava uma cadeira ou um par de sapatos, e um impressor se envolvia em todos os aspectos de sua arte, do projeto de tipos e do leiaute da página a impressão concreta de livros e folhas. No curso do século XIX, porém, a especialização do sistema fabril fragmentou as artes gráficas em projeto e produção.

Sendo assim, o artesanato passa a ser considerado mercadoria de segunda classe, ligado a um passado de atraso enquanto todos os consumidores queriam as novidades produzidas em larga escala pelas novas máquinas.

Entretanto, ainda na segunda metade do século XIX, o movimento inglês denominado *Arts and Crafts* (Artes e ofícios), surge questionando essa massificação dos gostos, além da baixa qualidade dos objetos produzidos.

A solução, segundo o movimento seria a valorização dos ofícios e o fazer artesanal. De forte inspiração medieval, principalmente nas corporações de ofício do período medieval, seus adeptos buscavam o uso de materiais nobres, bem como a produção coletiva.

Morris, um dos principais nomes do movimento acreditava que a junção da arte e ofício poderia, através da criação de objetos belos, devolver a alegria ao trabalhador, que foi perdida com os bens produzidos pela indústria, assim como com o novo ambiente depressivo em que ele se encontrava, distante da natureza, ditado pelas máquinas (MEGGS; PURVIS, 2009).

Cita-se também como uma aproximação do artesanato e design o movimento subsequente, denominado *Art Nouveau*. Iniciado por volta de 1890, não questiona a máquina e a produção industrial; vale-se dos progressos conseguidos através delas, bem como da racionalização, além de técnicas e materiais novos. Entretanto, desafia alguns princípios da produção em série, assim como o uso de materiais baratos pela indústria, além do design de qualidade inferior, feito para fácil replicação.

Além dos movimentos acima citados, importante ressaltar, neste contexto de aproximação de design e artesanato o papel da escola Bauhaus, já mencionada previamente. Defensora do artista-artesão, os alunos aprendiam não somente a projetar, mas também a produzir, através de seus diversos ateliês, sobre a supervisão do mestre da forma e do mestre artesão. Entretanto as opiniões que legitimavam o design ao afasta-lo da criatividade individual em nome de uma objetividade técnica e científica acabaram prevalecendo.

Embora marcos que influenciam ideológica e esteticamente as diferentes áreas das artes aplicadas no mundo, no Brasil, essa aproximação entre design e artesanato se dá de maneira diversa.

Segundo Leite (2009), em 1962, contemporâneo as discussões acerca da criação da ESDI, Lina Bo Bardi, arquiteta italiana que chega ao Brasil em 1946, chega a formular em Salvador, Bahia, uma escola de desenho industrial vinculada a produção artesanal nordestina. Conectada com um ensinamento de ofícios ligado a questão cultural brasileira, a futura escola não se aproximaria, portanto, do construtivismo internacional. Entretanto, as forças políticas que a vinham apoiado mudam, resultando na não implantação da mesma.

Ainda sobre a atuação de Lina no que tange a aproximação do design com o artesanato, ressalta-se suas exposições enquanto diretora do Museu de Arte Moderna da Bahia. Encantada com o modo dos brasileiros de solucionar seus próprios problemas faz exposições no referido museu de artefatos cotidianos encontrados em feiras e mercados nordestinos. (BORGES, 2011). Este encantamento fica patente na seguinte fala da arquiteta:

“Essa parte da humanidade, levada pelas necessidades a resolver por si mesma o próprio problema existencial e não possuindo esta pseudocultura, tem a força necessária ao desenvolvimento de uma nova e verdadeira cultura. Esta força latente existe em alto grau no Brasil, onde uma forma primordial de civilização primitiva (não no sentido de ingênua, e sim composta de elementos essenciais, reais e concretos) coincide com as formas mais avançadas do pensamento moderno.”(BARDI 1994, apud BORGES, 2011, p.35).

Pesquisadora do artesanato e arte popular brasileira, desliga-se do Museu devido a ascensão dos militares. Em 1965, já desligada do museu, uma parte da exposição denominada “Civilização”, organizada por Bardi dois anos antes é programada para ir a Galeria de Arte Moderna de Roma. Os artefatos chegam ao destino e dá-se início a montagem da exposição, porém a mesma é proibida pelo governo militar, que alega que ela passava uma imagem indesejada do país.

Após o desligamento do Museu de Arte Moderna da Bahia, Lina Bo Bardi ainda realiza algumas exposições em São Paulo, tanto no Masp como no Sesc Pompeia, porém, a partir da década seguinte passa a se dedicar somente aos projetos de arquitetura.

Sublinha-se, através das palavras de Álvaro Machado a importância do trabalho de Bardi em relação ao artesanato:

“ninguém no Brasil superou o grau de confiança de Lina Bo Bardi no potencial revolucionário da imaginação e da criatividade populares. As mesmas virtudes, aliás, que voltam hoje ao foco com o interesse mundial por conhecer o que há por trás do país que emerge política e economicamente de maneira definitiva. Ainda carente de justa apreciação, o engajamento de Lina Bo pela valorização do design popular e sua integração a processos industriais- em objetos, móveis, artesanato,

estampas ou construções- pode ser considerado tão importante quanto seus projetos arquitetônicos para o Museu de Arte de São Paulo e para o Sesc Fábrica Pompeia”. (apud BORGES, 2011, p. 37)

Outro importante nome ligado a temática aqui discutida é Aloisio Magalhães. Artista plástico e designer pernambucano que apesar de participar da criação da ESDI e se tornar professor da mesma, não comungava da hegemonia funcionalista, tendendo a cultura popular. Tem sua atuação mais marcante durante o regime militar, trabalhando com políticas públicas voltadas a cultura.

Em 1975, cria o Centro Nacional de Referência Cultural (CNRC), a partir de um convênio entre o Ministério da Indústria e do Comércio e o governo do Distrito Federal. Magalhães advogava que “[...] para criar uma fisionomia própria de uma cultura, é preciso antes conhecer a realidade dessa cultura em seus diversos momentos” (MAGALHÃES, 1997, apud BORGES, 2011, p.40).

Para conhecer a realidade desta cultura, o CNRC, entre suas atribuições mapeia, documenta e tenta entender as riquezas materiais e imateriais da cultura brasileira. O Centro delineaia quatro programas de estudos, que seriam: “mapeamento de atividade artesanal; levantamentos socioculturais; história da ciência e da tecnologia no Brasil; e levantamento sobre o Brasil” (BORGES, 2011, P. 40). Vários projetos de pesquisa são derivados a partir desses estudos, como o artesanato indígena do centro-oeste, tecelagem no triangulo mineiro entre outros.

Magalhães utilizava a analogia de um estilingue: quanto mais se estica para trás sua borracha, mais longe a pedra alcança. Isto significava olhar para o passado para a partir daí pensar o futuro, criando um desenvolvimento autônomo do país, a partir de conhecimentos locais. Entretanto, com a morte repentina de Magalhães, em 1982, as ações do CNRC são freadas.

Janete Costa, arquiteta e decoradora pernambucana também é personagem importante desta aproximação entre design e artesanato. Estudiosa e colecionadora de arte popular e artesanato, Costa utilizou diversos objetos ligados a esta temática em vários de seus projetos, em diferentes regiões brasileiras a partir dos anos 1950 (BORGES, 2011).

Realizadora de diversas exposições sobre o tema, em 1987, organiza no salão da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) a mostra intitulada “Artesanato como um Caminho”, “na qual preconizava que a indústria

partisse da tradição artesanal no desenvolvimento de seus produtos”. (BORGES, 2011, p. 49).

Suas exposições chamavam a atenção de arquitetos e decoradores para a possibilidade de uso de objetos artesanais na decoração não somente de casas de campo ou de praia, considerados espaços inferiores, mas em espaços considerados mais requintados.

Ainda segundo Borges (2011), durante os anos 80, o panorama começa a mudar. Com a abertura democrática, começam ações que conectam não somente designers e artesãos, mas, de maneira geral, pessoas letradas, tais como antropólogos, educadores etc. e pessoas de baixa escolaridade de comunidades rurais ou periféricas.

No que tange o encontro de artesãos e designers, um dos pioneiros é Renato Imbroisi, tecelão de São Paulo que vai até Minas Gerais em busca de uma técnica portuguesa de tecelagem passada de mãe para filha. O que ele encontra é o quase abandono deste fazer, por razões econômicas: as mulheres estavam migrando para grandes centros para trabalharem como empregadas domésticas em busca de melhor renda.

Através de pequenas interferências, como a diversificação de produtos e do uso de sementes e fibras vegetais na confecção da peça conseguem a venda da produção, o que antes não ocorria.

Outra iniciativa de sucesso é a Coopa-Rocca, na favela da Rocinha no Rio de Janeiro. Trabalhando com refugo da indústria têxtil fluminense TT Leal resgata técnicas como o crochê e o fuxico, em diálogo com designers e estilistas para a compra da produção.

No campo acadêmico, os pioneiros foram Lia Monica Rossi e José Marconi B. de Souza, que em 1994 eram professores do campus de Campina Grande da Universidade Federal da Paraíba. Assinando um convênio com a Secretária de Trabalho da Paraíba e a universidade, realizam projetos na área têxtil, madeira, couro e outras tipologias em diversas cidades do estado.

Cita-se como uma vertente do trabalho de ambos o que denominam infraestrutura. Como ilustração desta infraestrutura, Borges (2011) cita que ao criar uma embalagem para a renda de labirinto produzida na cidade de Ingá, decidiu-se por colocar um cartão escuro embaixo da renda, para melhor visualização do trabalho artesanal executado. Este fato promoveu não somente esta visualização

pelo consumidor final, como também auxiliou na identificação de erros contribuindo para um controle de qualidade superior.

Ainda no que tange o campo acadêmico, é importante ressaltar a criação do Laboratório O imaginário, ligado a Universidade Federal de Pernambuco, em 2001. Sob a coordenação das professoras Ana Maria de Andrade e Virginia Cavalcanti desde a sua criação, o Laboratório, de “caráter multidisciplinar, [...] visa a articular e fortalecer o contato da Universidade junto a ações que aproximem o design do artesanato e de empresas.” (SERAFIM, 2015, p.71)

Contando com uma metodologia interdisciplinar, O Imaginário atende comunidades que produzem artesanato tradicional e não-tradicional contribuindo para tornar o fazer artesanal um meio de vida sustentável (SITE O IMAGINARIO, 2019, n.p).

Contando com aproximadamente 14 projetos ao longo de sua trajetória, tem-se como ilustração da atuação do Laboratório o projeto Artesanato Cana Brava em Ponta das Pedras, Pernambuco. Local de pescadores, a fibra vegetal Canabrava era utilizada para a feitura de armadilhas para a pesca de frutos do mar. Após contato com a comunidade, foi identificado “as potencialidades da matéria-prima e do contexto socioeconômico da comunidade” (SERAFIM, 2015, p. 74). Assim sendo, firmam parceria com o SEBRAE-PE gerando trabalho e renda para moradores da região.

Ganhando diferentes prêmios, tais quais o Salão Pernambuco Design na categoria Design e Artesanato em 2002 e 2008 e Objeto Brasileiro na categoria Socioambiental em 2008, 2013 e 2016, entre outros, O Imaginário segue sendo referência no estreitamento de relações entre design e artesanato.

Na esfera das instituições, ressalta-se o Programa Sebrae de Artesanato, de 1998. Estruturado a partir de três áreas de atuação que seriam :

“informação (elaboração de banco de dados de artesãos, diagnostico de segmentos de artesanato mais fortes por regiões, etc), formação (capacitação do artesão por meio de cursos técnicos e gerenciais) e mercado (com o objetivo de aumentar as condições de vendas internas e externas e do fortalecimento do negócio do artesanato)” (BORGES, 2011, p.53).

Os gestores do SEBRAE tendem a adequar o produto artesanal as demandas do mercado. Atuando na direção oposta, ou seja, através de uma interferência mínima ou inexistente das peças artesanais, o programa Artesanato Solidário também foi criado em 1998, em uma mobilização do governo para o combate a grande seca que atingiu o nordeste naquele ano.

Sendo uma organização sem fins lucrativos que investe "na valorização e promoção do artesanato tradicional brasileiro, através de estratégias focadas na sustentabilidade ambiental, econômica, social e cultural das comunidades" em que atuam (SITE ARTESOL, 2019, n.p.), o propósito da organização é salvaguardar o fazer artesanal tradicional, "promovendo a autonomia dos artesãos e o desenvolvimento socioeconômico dos grupos produtivos." (SITE ARTESOL, 2019, n.p.)

A partir destas iniciativas, diferentes setores governamentais, tais como prefeituras e ministérios, assim como a iniciativa privada e instituições de ensino passam a desenvolver diferentes projetos que aproximam o design e o artesanato, com diferentes entendimentos de como esta aproximação deve ocorrer.

Para Bonsiepe, (2011), estas aproximações podem ter diferentes posturas, que podem se mostrar de maneira pura, ou seja, sendo o único procedimento adotado ou simultaneamente com outras. Estes enfoques seriam:

- enfoque conservador: Busca proteger o artesão contra qualquer influência do design vinda de fora. [...]
- Enfoque estetizante: Considera os artesãos representantes da cultura popular e eleva seus trabalhos ao status de arte, utilizando o termo "arte popular" em referência a "arte erudita". Usa-se o repertório das formas da arte popular (ornamentos, combinações cromáticas) como ponto de partida ou fonte de inspiração para as criações. [...]
- Enfoque produtivista: Considera o artesão como mão de obra qualificada e barata, utilizando suas capacidades para produzir objetos desenvolvidos e assinados pelos designers e artistas. É necessária boa dose de ingenuidade para aceitar esse enfoque, apresentado como "ajuda" para o artesanato na Periferia. Alegam-se interesses humanitários para produzir designs "inspirados" na cultura popular local ou designs trazidos diretamente do Centro para aproveitar a mão de obra barata dessas comunidades. Tal prática do design tende a perpetuar relações de dependência, em vez de contribuir para sua superação.

- Enfoque culturalista ou essencialista: Considera os projetos locais dos artesãos como base ou ponto de partida para o verdadeiro design latino-americano ou indo-americano. [...]
- Enfoque paternalista: Considera os artesãos, em primeiro lugar, como clientela política de programas assistencialistas e exerce uma função mediadora entre a produção e a comercialização (marketing), em geral, com altas margens de lucros para os vendedores.
- Enfoque promotor da inovação: Advoga a autonomia dos artesãos para melhorar suas condições de subsistência, muitas vezes precárias. Nesse caso, a participação ativa dos produtores é requerida.” (BONSIEPE, 2011, p. 63-64).

Enquanto Bonsiepe apresenta estes enfoques, que lançam luz sobre diferentes modos de trabalho na relação design e artesanato, Borges (2011), relata que não há como as ações de artesanato seguirem um padrão, já que existem diferentes situações.

É necessária uma análise caso a caso para que se trace uma estratégia de trabalho. Esta análise não pode ser feita a partir de um local distante da produção, sem que se reconheça a realidade destes produtores, e que, caso se ignore estas particularidades, a ação estaria fadada ao fracasso. Ainda segundo Borges (2011), de maneira geral, os caminhos de diálogo entre a produção artesanal e design tendem a seguir os eixos subsequentes:

- Melhoria das condições técnicas, que compreende não somente o aumento da qualidade da peça ou padronização de medidas da mesma, mas também a adaptação do objeto a novas conjunturas: ao invés de toalhas de mesa bordadas, jogos americanos por exemplo. Outro exemplo relacionado a este caminho é a melhora na condição de transporte ou de condições ergonômicas para a feitura dos artefatos.
- O uso de materiais locais, tipicamente brasileiros também pode ser um dos eixos trabalhados na intervenção de design no fazer artesanal. Borges (2011) relata que estes materiais somente começaram a serem estudado nas faculdades de design recentemente, porém, sua investigação, juntamente com a ajuda de outros profissionais tais como o engenheiro agrônomo ou biólogo pode enriquecer enormemente a prática artesanal, através do uso de matérias-primas

que existem apenas em uma região. Importante ressaltar que o conhecimento dos próprios artesãos acerca dessas matérias primas é de fundamental importância para o sucesso do projeto que é visto através desse viés. Como exemplo ilustrativo, cita-se o uso do capim dourado, no Tocantins, sementes de plantas nativas da Amazônia ou o algodão colorido da Paraíba. Outro importante ponto é o reuso de materiais, tais como garrafa PET, banners de publicidade e sobras da indústria têxtil.

- O resgate da Identidade e diversidade para a referida autora diz respeito a linguagem do artefato. É comum em lugares que a prática artesanal seja novidade ou esteja descaracterizada o uso de motivos alheios a cultura do lugar, tais como o uso ursos polares, gnomos, fadas etc nas peças. Este caminho busca o resgate dos elementos culturais tais como a flora, fauna, práticas culturais, arquitetura do espaço e aplicação destes recursos nos objetos.

Embora nem todo grupo produtivo artesanal precise necessariamente passar por todas os eixos acima descritos, pois, como dito anteriormente, cada comunidade tem sua particularidade, geralmente estes grupos carecem de um programa de identidade visual: logotipo, folders, tags, sites, catálogos, embalagem. O arsenal já usado há décadas na produção industrial é ainda mais necessário para comunicar os valores intangíveis do produto artesanal, pois estes custam mais que os objetos feitos em larga escala, como os *Made in China*. “É preciso [...] informar o consumidor sobre a história por trás daquele objeto, de onde ele veio, quem o fez, qual a tradição embutida naquela peça.” (BORGES, 2009, p. 117). Ou seja, para explicar a história do produto, história esta que agrega valor a peça, esta etapa é de extrema importância.

Borges (2011) cita ainda outra possibilidade de aproximação entre design e artesanato, que é o artesão trabalhar como fornecedor. Esta relação se assemelha ao enfoque produtivista relatado por Bonsiepe (2011), descrito anteriormente. Neste tipo de relação, ao invés de uma ação combinada de artesãos e designers, em que ambos partilham conhecimento e soluções aos problemas diagnosticados, o designer cria a peça e o artesão a executa de acordo com as especificações dadas. Embora gere renda para o produtor, é uma relação de mera troca comercial. Como o

exemplo mais emblemático deste caso cita-se a garrafa da aguardente Ypióca, que tem um revestimento de palha, produzido no Ceará, diferenciando-a completamente das outras marcas.

Sendo assim, com o exposto, chega-se à conclusão que a aproximação entre designers e artesãos é extremamente benéfica desde que o designer atue como facilitador de processos, aberto a observação e ao diálogo mais do que a criação, produção e protagonismo junto ao grupo produtor.

2.4 Cadeia produtiva do artesanato

Como relatado anteriormente, este trabalho tem como objetivo analisar a cadeia produtiva da Associação Cultura em foco de Santa Luzia do Itanhy tomando como base os parâmetros do desenvolvimento local sustentável nas dimensões social, ambiental e econômica com especial enfoque sobre as condições de trabalho e vida dos artesãos.

Para que este objetivo seja cumprido com êxito, usaremos o modelo proposto por Tabosa e extensa equipe de pesquisadores, estando o Laboratório O Imaginário e seus cientistas entre eles. O projeto, patrocinado pelo Funcultura foi iniciado em 2013 e finalizado em 2016. É constituído de três fases e na primeira visou-se construir o modelo de análise de cadeia produtiva voltada para o artesanato propriamente dito, utilizando conceitos relacionados a economia da cultura para estudar os grupos produtivos Cerâmica do Cabo, localizado no Cabo de Santo Agostinho e Cestaria Cana Brava situado em Ponta de Pedra, ambos em Pernambuco.

A segunda fase acontece em 2014 e objetiva validar o modelo proposto anteriormente, tendo como comunidades estudadas a Tapeçaria Timbi, localizada em Recife e AMAM - Associação Mista dos Artesãos de Macaparana, na referida cidade.

A terceira e última fase é realizada em 2016 e tem como objetivo testar a aplicabilidade do modelo anteriormente desenvolvido sendo estudados os grupos produtores Mata Vida, de Ponta de Pedras e ASAS – Associação dos Artesãos Solidários de São José da Coroa Grande, também de Pernambuco.

Importante ressaltar que cada projeto estudou comunidades com diferentes matérias primas, sendo elas de origem natural, industrializada e de materiais

recicláveis, respectivamente. Este fato auxilia na comprovação da valia do modelo proposto para estudo e identificação de gargalos na cadeia produtiva das diferentes comunidades que produzem artesanato.

Outro fator de destaque foi a identificação da não linearidade das relações estabelecidas entre fornecedor- produtor- consumidor, ou entre matérias primas, produção e acesso a mercados. Para o entendimento deste fato os projetos contam com diferentes arcabouços teóricos ligados a cultura, economia da cultura e desenvolvimento sustentável local.

Para melhor entendimento do modelo proposto pelos pesquisadores e utilizado neste trabalho, estes conceitos - economia da cultura; circuito da cultura; economia criativa; cadeia produtiva no contexto da cultura e produto ampliado serão abordados a seguir.

Para Reis (2007), a economia criativa é a interação entre o governo, o setor privado e a sociedade civil para gerar de maneira local e distribuir de maneira global bens e serviços oriundos da criatividade e inovação humanas. Estes bens têm não somente valor econômico, mas também simbólico, pois são oriundos do engenho humano, como dito anteriormente. Este fato influencia no valor deste bem. Outro ponto a ser considerado é que as empresas que produzem estes tipos de bens, são, geralmente, de pequeno e médio porte, o que favorece a inclusão social, visto que não é necessário grande aporte financeiro para sua criação. Somado a este fato, tem se como outros pontos positivos que este tipo de negócio, além de ter processos produtivos mais eficientes, promove a não saturação do negócio, pois estimula a atuação de novos produtores.

É importante neste ponto definir como a criatividade é usada na produção de novos objetos. Para Csillag (1988), "Criar implica combinar elementos anteriormente não relacionados, para produzir uma nova ideia. Esses elementos podem ser ideias, objetos ou ações. Se alguém está combinando tais elementos pela primeira vez, ele está sendo criativo..." (CSILLAG, 1988, P.88).

Então, estes novos produtos e serviços, que podem ser materiais ou imateriais agregam valor ao seu valor de mercado, favorecendo seus produtores, inserindo-se dentro da economia criativa. Sublinha-se que este tipo de economia não diz respeito somente a objetivos econômicos, mas também a objetivos sociais e que estes produtos reforçam a identidade nacional, através da promoção do acesso a diferentes manifestações culturais. (REIS, 2002).

O termo acima exposto não deve ser confundido com economia da cultura. De acordo com Reis (2007), “economia da cultura se dedica ao estudo dos fluxos econômicos dos produtos e serviços culturais (objetivos) que seguem uma dimensão paralela ao do fluxo dos benefícios simbólicos (subjetivos) gerados nas respectivas relações de trocas sociais”. (REIS apud TABOSA et al, 2014, p. 39).

Estando o artesanato incluído neste tipo de economia, é importante ressaltar que seu consumo não se dá apenas pelo enfoque utilitário do artefato, ou seja, pelo seu valor de uso mas também pela sua representação simbólica, a história por trás do artefato, o que ele representa.

Este fato relaciona-se diretamente com o conceito de produto ampliado. Em todo produto, existe o valor genérico, que diz respeito a utilidade do mesmo, o uso para qual o artefato foi projetado e o valor esperado, que diz respeito a funcionalidade deste objeto. Este valor é relacionado a suas qualidades, dimensões, texturas. (TABOSA, 2011, apud TABOSA et al, 2013).

Agrega-se valor a este artefato através da dimensão intangível ou latente. Esta dimensão pode ser aumentada, através da experiência de compra em si. Este aumento de percepção sobre o produto na hora da compra pode ser dado através de mecanismos palpáveis, tais como etiqueta, cartão de visita, folder ou através de compreensão deste produto, seja através do modo como ele é exposto, denominação de origem, identidades territoriais, identificação do artesão etc. Outros fatores que contribuem para a melhoria desta percepção do artefato dizem respeito a fruição/ prazer de uso e contemplação além de preço.

Outra maneira de agregar valor no âmbito do intangível de maneira potencial diz respeito a empatia, alteridade e sociabilidade. Premiações em concursos, certificações de comércio justo, melhoria do bem-estar dos produtores assim como sua organização estão entre possibilidades de agregação de valor. (TABOSA et al, 2013).

Para Tabosa (2014), estes componentes abaixo descritos também agregam valor ao produto artesanal: (TABOSA et al, 2014, p. 47)

- Valor de existência ou de opção, a simples presença da expressão de determinada forma de cultura beneficia o conjunto da população, pois lhe oferece desfrutar da mesma no futuro, ainda que essa opção não chegue a ser exercida.

- Valor de legado, a proteção e a promoção de determinadas formas de expressão da cultura e da preservação do patrimônio material ou imaterial é a melhor garantia de que as futuras gerações poderão desfrutar das mesmas.
- Valor de identidade, determinadas manifestações da cultura e do patrimônio passam a formar parte dos elementos constitutivos da identidade local, territorial ou nacional, e como tal adquirem um valor simbólico para a comunidade e podem gerar processos de coesão (ou marginalização) social.
- Valor de prestígio, os bens culturais outorgam prestígio as pessoas ou as instituições públicas ou privadas que se associam a eles.
- Valor educativo e de inovação, os bens culturais contribuem ao desenvolvimento estético dos indivíduos e ao espírito criador e inovador da sociedade.

Sendo assim, a análise da cadeia produtiva do artesanato não pode se debruçar somente na questão fornecedor- produtor-consumidor, linearmente. É preciso entender os fluxos e contra fluxos desta cadeia e como estes atores e acontecimentos promovem valor agregado ao produto, sendo isto denominado “cadeia produtiva no contexto da cultura.”

A importância do estudo da cadeia produtiva, ressaltando que este estudo seja feito no contexto da cultura, como explicitado acima, fica clara quando analisada sob a fala de Reis (2007):

“Os estudos de cadeia produtiva abrangem todos os agentes e suas atividades, de modo articulado, desde os estágios anteriores à produção até o consumo do bem ou serviço. Com isso, possibilitam entender os diferentes elos da cadeia, suas fragilidades, carências e os que estão mais fortalecidos, indicando assim gargalos que têm de ser eliminados para agilizar a cadeia e os maiores pontos de vantagem competitiva do setor estudado”. (REIS, 2007, P. 45)

Então, infere-se que os artefatos culturais devem ser vistos a partir do circuito da cultura, ou seja, compreendidos através de seus processos de produção , consumo, identidade , regulação e representação. As definições destes conceitos serão elencadas abaixo, e usam Tabosa et al (2013) como norteador do entendimento dos referidos conceitos.

Por esta ótica, ou seja, a do circuito da cultura, o entendimento da produção não deve ser restrito somente a processos técnicos, mas também as relações intrínsecas a como este artefato é criado e significado.

Este enfoque sobre as práticas de consumo se conecta com a questão identitária: a produção do artesanato tem relação com as tradições de sua comunidade produtiva, porém esta visão da comunidade sob si mesma se modifica.

Outra prática social importante diz respeito à representação. Esta representação contribui também para a construção da identidade, e é representada por elementos visíveis, tais quais marca, um folder, vídeo promocional entre outros.

Por último, tem-se o processo de regulação. A noção de regulação varia de acordo com o contexto que o produto artesanal esteja inserido, porém remete a políticas públicas e regulamentos governamentais, podendo estas políticas públicas e regulamentos possuírem dimensão física, como premiações em concursos e certificações. Outra dimensão desta regularização pode ser através de condutas sociais ou morais, atestando então o comércio justo ou economia solidária.

Além dos conceitos aqui apresentados, Tabosa e sua equipe também fazem uso dos preceitos do DSL para a criação e validação do modelo de mapeamento de cadeia produtiva do artesanato, proposta única no país. Estes conceitos serão analisados no próximo capítulo, por constituírem importante temática para a compreensão real das potencialidades e gargalos relacionados a produção da Associação.

Porém, a partir da compreensão das ideias aqui apresentadas já se pode absorver o modelo proposto, que seria a análise da matéria prima, produção e consumo e suas particularidades vistas sob diferentes óticas. As temáticas descritas - matéria prima, produção e consumo - são analisadas através dos aspectos ambientais, sociais e econômicos ligados ao DSL. Somados a estes dados, encontra-se as relações com o circuito da cultura, ou seja, informações relacionadas a processos de produção, consumo, identidade, regulação e representação.

Este modelo aborda ainda os processos criativos, inovação e planejamento inerentes a produtos advindos da indústria criativa. Sendo assim, podemos afirmar que o estudo das relações entre estes conceitos é da maior importância, a fim de termos conhecimento consistente a respeito das práticas mais adequadas a serem adotadas por todas as partes interessadas no processo.

3 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL LOCAL

3.1 A mudança do paradigma econômico

A partir da década de 70, com a crise do petróleo, o modelo econômico mundial, baseado na abundância de recursos naturais e sua consequente exploração; aumento da produtividade do trabalho e o estado do bem-estar social começa a ruir.

Este modelo, denominado fordismo, implementado no período pós-guerra tanto em países do então chamados primeiro mundo, assim como os do terceiro mundo, começa a desmoronar pois levava em consideração, entre outras coisas, a abundância de matéria-prima natural como um bem inesgotável. Entretanto, o aumento do preço dos combustíveis fósseis sinalizou o esgotamento de uma das principais fontes energéticas utilizadas na época. (BUARQUE 2002)

Além da abundância de recursos naturais, o modelo também se valia da mão-de-obra barata e do estado do bem-estar social. Para que este modelo, ancorado em força trabalhista acessível e investimentos básicos como saúde, educação e habitação a cargo do Estado desse certo, era necessário também criar uma sociedade de consumo. Ou seja, embora explorados em função de sua produtividade no trabalho a baixos salários para acúmulo de capital pela empresa, alguma distribuição de renda haveria de existir para que os mesmos trabalhadores fizessem parte do mercado consumidor, comprando estes bens industrializados. Sendo assim, parte dos lucros se transformava em investimento público, para garantir estes salários e a manutenção deste mercado consumidor.

Deste modo, quando o fordismo entra em declínio, novas transformações acontecem no que tange tecnologia, informações bem como no uso de energia e recursos naturais, além da produção de novos produtos e serviços.

Se durante o fordismo, além das características anteriormente apontadas existia também a padronização e produção em larga escala, com sua crise, há um crescimento de novos setores, diversificação de consumo e flexibilidade da produção, além que a competitividade passa a ser “baseada em tecnologia, conhecimento, informação e recursos humanos qualificados e no controle de qualidade ambiental” (BUARQUE, 2002 p. 18). Ou seja, agora, informação e qualidade são pré-requisitos para a competição internacional, refletindo diretamente nos investimentos em educação de um determinado país.

Estas transformações também recaem sobre o Estado, resultando na expansão do terceiro setor- aqui entendido como “[...] associações comunitárias, organizações não governamentais, e outras que são iniciativas privadas, porém sem fins lucrativos, que atuam em prol do bem comum e da cidadania” (O terceiro setor,2018, n.p.). Algumas das referidas atividades do terceiro setor são em parte financiadas pelo próprio Estado. Ainda dentro do binômio interesse privado- representado pela maximização dos lucros das empresas – interesse público- neste caso, investimentos em educação e pesquisas, cabe, portanto, ao Estado a regulação das áreas ambientais e sociais, por serem áreas que demandam uma perspectiva de médio e longo prazo, não condizentes com a dinâmica imediatista do mercado.

Em resumo, a partir da década de 70, com a crise do petróleo o paradigma de que a produção deve ser pautada por abundância de recursos naturais e consequente legislação ambiental fraca ou inexistente, mão de obra barata, e maciço investimento do Estado cai por terra, sendo substituída por novos modelos econômicos pautados não na produção e consumo, mas na tecnologia e informação, alterando a sociedade não somente no modo de consumir mercadorias, mas também em como o Estado se comporta frente a esta nova conjuntura.

3.2 Desenvolvimento Sustentável Local

Em 1987, no relatório Brundtland, publicado no mesmo ano sob o nome de “Nosso futuro comum” escrito pela política norueguesa Gro Brundtland define “desenvolvimento sustentável em termos precisamente da satisfação das presentes necessidades e aspirações do homem sem que se reduza a capacidade de as gerações futuras satisfazerem as suas” (apud Cavalcanti C, pág. 92, 1994). Embora vago por não precisar que necessidades que deverão ser satisfeitas, e talvez exatamente por isso, o documento foi bem aceito pela comunidade internacional, e chamou a atenção para os limites ambientais bem como para o nosso compromisso com as gerações futuras.

Já o desenvolvimento sustentável local é considerado por Buarque (2002) um processo endógeno da mudança, e ressalta o mesmo autor:

Um processo [...] que leva ao dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos. [...] deve mobilizar e explorar as potencialidades locais e contribuir para elevar as oportunidades sociais e a viabilidade e competitividade da economia local; ao mesmo tempo, deve assegurar a conservação dos recursos naturais locais, que são a base mesma das suas potencialidades e condição para a qualidade de vida da população local. (BUARQUE, 2002, p. 25).

Dito de outra maneira, o desenvolvimento social abarca os aspectos econômicos- que compreendem também o manejo dos recursos naturais, a qualidade de vida da população envolvida e uma gestão pública eficiente. Este aspecto econômico depende de uma economia competitiva que agregue valor a produção, absorvendo mão-de-obra local em uma produção que respeite a localidade de modos sociocultural, político e tecnológico, para que desta forma, a região não dependa economicamente de outro território, seja esta dependência dada por transferência de renda ou criação de postos de trabalho.

Esta eficiência econômica, representada pela agregação de valor em sua produção e acesso a mercados, entretanto, não deve ser perseguida a todo custo, sendo respeitadas as potencialidades de cada espaço. Estas potencialidades são representadas por infraestrutura, desenvolvimento tecnológico, além de aspectos culturais e recursos humanos. Estes recursos humanos incluem não somente a força de trabalho, mas também melhores condições de saúde, moradia, educação e alimentação dos envolvidos.

Já para Sachs (2004), a dimensão ambiental deve ser vista como provedora de recursos, além de receptora de resíduos. Há no arcabouço teórico do mesmo autor a dimensão social e econômica, além da dimensão territorial que se relaciona “a distribuição espacial dos recursos, das populações e das atividades” (SACHS, 2004, p. 15) e da dimensão política, pois somente em um ambiente democrático o desenvolvimento social local floresceria, já que “[...] a liberdade faz toda a diferença” (SACHS, 2004, p. 16).

Ao conectar a fala de Sachs sobre a dimensão política do DSL, com Bonsiepe (2011, p. 11), ao falar de democracia, esta necessidade fica mais clara:

Utilizo uma interpretação simples de democracia, no sentido de possibilitar a participação dos dominados, para criar um espaço de autodeterminação. Isso significa criação do espaço para um projeto próprio, para um design próprio. Em outras palavras: a democracia vai muito além do direito formal de votar, assim como o conceito de liberdade vai muito além da possibilidade de escolher entre centenas de modelos de telefones celulares

ou uma viagem a Orlando, para visitar a Disneylândia, ou a Paris, para visitar o Museu do Louvre.

Krucken (2009, p. 48) também é categórica ao afirmar que um aporte político deve se fazer necessário, pois “ressalta-se que “a inovação voltada para a sustentabilidade requer um alto grau de participação social”. Sublinha-se então a necessidade de autonomia dos atores envolvidos. Este processo não é somente interno, pois o conhecimento de outras experiências é também um fator de estímulo a inovação local. Estes atores devem ser capazes de tomar decisões, tendo participação ativa no processo de seleção de alternativas que influenciam seu entorno.

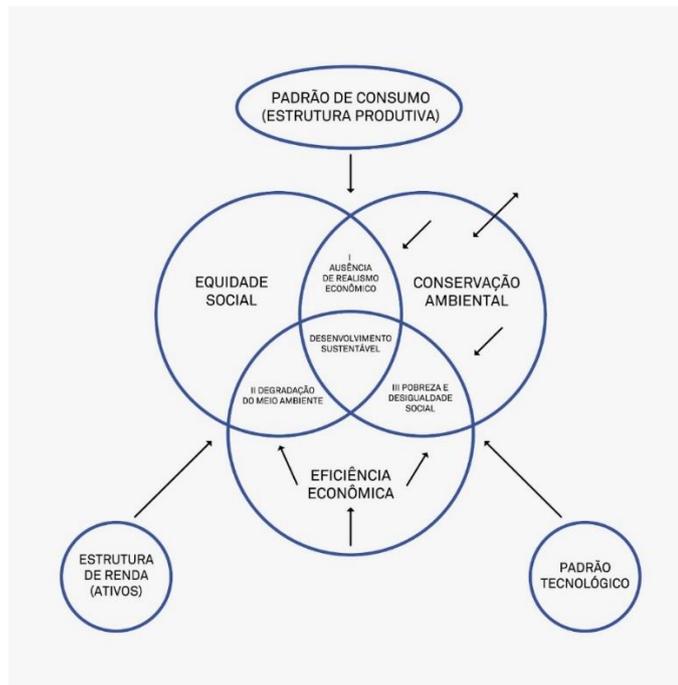
Além da parte humana implicada no desenvolvimento sustentável, sublinha-se novamente a parte ambiental. Manzini e Vezzoli (2011), e Sachs (2009) reafirmam que as gerações atuais devem zelar para que os mesmos recursos disponíveis atualmente não se esgotem, estando disponíveis para gerações futuras. Entretanto, parte da população mundial não tendo suas necessidades básicas satisfeitas não pode pensar em poupar estes recursos para outras gerações, visto dependerem dos mesmos para sua sobrevivência.

Embora o meio ambiente possua sua própria forma de auto regulação, é preciso levar em consideração inclusive a utilização de recursos renováveis, pois sua capacidade de regeneração pode estar abaixo do nível de exploração sofrido, exaurindo estes meios permanentemente.

Portanto, ao considerar o meio ambiente inserido na lógica de consumo humano há de ser estudado através de uma abordagem holística, levando-se em conta não somente a regulação natural do meio, mas também os sistemas sociais e econômicos da sociedade que usufrui de tais recursos.

Então, conclui-se que o desenvolvimento social supõe a elevação da qualidade de vida das pessoas. Esta elevação se dá através da eficiência econômica, sem degradar o meio ambiente, e respeitando-se as potencialidades individuais e territoriais em um equilíbrio representado pela figura 1, onde as três áreas são empurradas mutuamente em direção ao centro. Em caso de uma pressão maior em determinado setor, este movimento seria sentido em outra área. Como ilustração do que foi dito, cita-se a melhora da economia que pode gerar impactos negativos no meio ambiente.

Figura 1- Desenvolvimento Sustentável



Fonte: Buarque, 2008.

Para que o tripé das áreas mencionadas seja equilibrado, é necessário que o padrão de consumo, estrutura de renda e padrão tecnológico seja modificado, muito embora essas mudanças também possam acarretar efeitos negativos- a distribuição de renda pode aumentar o consumo, degradando o meio ambiente.

Portanto o desenvolvimento não é somente crescimento econômico, embora este crescimento seja uma condição necessária para que o referido desenvolvimento ocorra (VEIGA, 2005). Ainda sobre este tópico, o mesmo autor diz que:

[...] o desenvolvimento tem a ver, primeiro e acima de tudo, com a possibilidade de as pessoas viverem o tipo de vida que escolheram, e com a provisão dos instrumentos e oportunidades para fazerem as suas escolhas [...] essa ideia é tão política quanto econômica. Vai desde a proteção dos direitos humanos até o aprofundamento da democracia. (VEIGA, 2005, p. 81).

Para Sachs (2004, p.13) “[...] os objetivos do desenvolvimento vão bem além da riqueza material. O crescimento é uma condição necessária, [...] para se alcançar a meta de uma vida melhor, mais feliz e completa para todos.”.

Assim sendo, desenvolvimento sustentável local é um processo longo de profundas mudanças relacionadas a consumo, produção e práticas sociais que ocorrem a médio e longo prazos.

3.3 Artesanato e desenvolvimento sustentável local

Pelo exposto no tópico anterior, fica patente que “desenvolvimento não se confunde com crescimento econômico, que constitui apenas sua condição necessária porém não suficiente” (VEIGA, 2005, P. 9).

Até meados dos anos 1970 o desenvolvimento era sinônimo de progresso material e este progresso levaria a melhoria dos padrões sociais, fato não ocorrido. Já em 1990, com o primeiro relatório do Desenvolvimento Humano, observa-se que o crescimento econômico, por si só, não significa a melhora destes padrões.

Para que o desenvolvimento ocorra, é preciso deixar de lado a visão quantitativa do mundo, que se preocupa com crescimento do PIB, volume de exportações entre outros indicadores e abraçar uma visão qualitativa, em que disfunções estruturais, culturais e sociais assim como suas causas são levados em consideração.

Então depreende-se que desenvolvimento, e não crescimento, relaciona-se com a revelação de capacidades, expressão de talentos e criatividade humanos em atividades econômicas e não econômicas. Que o meio de vida do cidadão não se origine de trabalhos degradantes e insalubres, tendo como resultado empregos mal remunerados e condições de existência subumanos (SACHS apud VEIGA, 2005)

A maneira de se conseguir este desenvolvimento, que potencializa as aptidões individuais e coletivas para uma vida digna sem que isto degrade o meio ambiente, fica clara na fala de Buarque (2002):

[...] qualquer estratégia para promoção do desenvolvimento local deve se estruturar em, pelo menos, três grandes pilares: organização da sociedade, contribuindo para a *formação de capital social* local (entendido como capacidade de organização e cooperação da sociedade local) combinada com a formação de espaços institucionais de negociação e gestão, *agregação de valor na cadeia produtiva*, com a articulação e o aumento da competitividade das atividades econômicas com vantagens locais, e *reestruturação e modernização do setor público local*, como forma de descentralização das decisões e elevação de eficiência e eficácia da gestão pública local. Tudo isso associado com alguma forma de distribuição de ativos sociais, principalmente o ativo conhecimento, expresso pela escolaridade e pela capacitação tecnológica. As mudanças que decorrem destes três processos e a sinergia gerada no conjunto do tecido social

viabilizam o desenvolvimento local de forma consistente e sólida. (BUARQUE, 2002, p.27)

Então, a partir do exposto, depreende-se que o fazer artesanal tem potencialidade para alavancar o desenvolvimento sustentável de uma região pois relaciona-se com o saber tradicional de um povo, podendo este saber ser transformado em atividade econômica, fazendo com que seus produtores vivam com mais benesses materiais, aproveitando seu talento individual sem que isto deteriore o ambiente em que vivem. Alguns fatos relacionados a produção artesanal enquanto geradora de renda já foram abordados na introdução deste documento e serão aprofundados a seguir.

Como dito anteriormente, o objeto feito a mão foi abolido em nome do produto industrializado pois o primeiro era ligado ao “passado de atraso, subdesenvolvimento e pobreza, que o futuro promissor proporcionado pelas máquinas nos faria superar”. (BORGES, 2011, p.31).

Entretanto, o Termo de referência de atuação do sistema Sebrae no artesanato, de 2010, menciona a importância cultural, econômica e social do fazer artesanal. A importância cultural se dá “como contrapartida à massificação e uniformização de produtos globalizados, promovendo o resgate cultural e o fortalecimento da identidade regional” (p. 8).

O documento discorre ainda sobre a importância da área para o turismo, pois, a produção artesanal valoriza manifestações culturais de uma determinada área. Ao conectar-se a esta área, indiretamente, o artesanato cria, novos postos de trabalho ligados ao lazer.

Embora não traga dados estatísticos, o termo elenca como vantagens econômicas o fato de inserir jovens e mulheres em atividades produtivas, inserção esta reafirmada por Neto (1999), que menciona também idosos e pessoas com necessidades especiais nesta atividade. Além de promover a diminuição do crescimento dos grandes centros urbanos, uma vez que fixa a população em seu local de origem.

Ainda sobre esta fixação da população em seu local de origem, Krucken (2009) fala sobre a identificação dos indivíduos pertencentes a esta comunidade através das atividades que exercem.

Não se limitando somente a inserção de pessoas socialmente desfavorecidas, além do resgate de práticas comunitárias e sociais, o artesanato enquanto atividade econômica possui baixo investimento inicial para criação de postos de trabalho e empregam mão de obra sem qualificação formal, reduzindo assim a desigualdade social no país. (Sebrae, 2008).

Reiterando este pensamento, a organização mundial World Fair Trade Organization (WFTO) estimula a criação de oportunidades para produtores do hemisfério sul que sejam desfavorecidos no comércio convencional. Através de princípios tais como a ausência de trabalho infantil, manutenção do meio ambiente e preço justo, a referida organização referencia a criação de oportunidades de fixação e manutenção da população em seu lugar de origem de forma digna através do artesanato.

A Artesol- Artesanato Solidário- que promove, dentre outras coisas capacitações, valorização e difusão do fazer artesanal e grupos produtivos é a primeira organização brasileira a ser reconhecida pela WFTO, atestando assim, a importância do fazer artesanal como atividade produtiva.

Já Borges menciona que:

“(…) a produção artesanal está sintonizada com a noção contemporânea de sustentabilidade, que compreende os conceitos de ambientalmente responsável, economicamente inclusivo e socialmente justo, englobando ainda o que alguns entendem como o quarto pilar do desenvolvimento sustentável, que é a diversidade cultural.” (2011, p. 217)

A autora discorre ainda sobre a transformação social sofrida por artesãos na medida em que estes ingressam na atividade. Além de ganhos materiais tais quais a compra de bens como motos e casas, que não seria possível de serem adquiridos não fosse através da renda obtida com o fazer artesanal, há de ser levado em consideração também a interação social promovida pela atividade.

Embora possa ser realizada na residência do artesão, concomitante as atividades de sua rotina doméstica, há casos em que o grupo possui uma associação, e que as reuniões na mesma se constituem importante laço social para a comunidade participante.

Há também relatos de artesãos que aprendem novas habilidades que antes lhe seriam indiferentes, tais como o uso de computadores e e-mail para o contato com clientes, melhorando sua autoestima. (Borges, 2011).

Sendo então uma atividade econômica de baixo impacto ambiental e que permite que seus produtores criem laços sociais, identificação cultural com a peça final além de resgatar sua autoestima; além de gerar renda, o artesanato valida-se enquanto veículo propulsor do desenvolvimento local sustentável.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

4.1 Metodologia do estudo de caso

Como Método de Abordagem da presente dissertação, opta-se pelo método dialético. Este método foi escolhido como o mais adequado por entender o homem e seu entorno como partes conectadas e não estáticas, estando sempre em constante desenvolvimento e transformação (LAKATOS; MARCONI, 2003). Ainda sobre o método escolhido, Gil (2008, p.12) diz que:

A dialética fornece as bases para uma interpretação dinâmica e totalizante da realidade, já que estabelece que os fatos sociais não podem ser entendidos quando considerados isoladamente, abstraídos de suas influências políticas, econômicas, culturais etc.

Assim, através deste método, entende-se que a cadeia produtiva da Associação Cultura em Foco influencia e é influenciada por diversos elementos, tais como as diferenças culturais, modelos econômicos e a interação com os diferentes atores que dela fazem parte. Ela está inserida em um cenário dinâmico, e compreender estas interações e relações de força são de suma importância.

Para o método de procedimento, escolhe-se o método de estudo de caso. O referido método caracteriza-se por estudar profundamente um objeto, para que se o conheça de maneira ampla e detalhada (GIL, 2008).

Este método se torna pertinente pois focaliza questões explanatórias, tais quais “como, porque” sem exigir controle sobre eventos comportamentais focalizando elementos contemporâneos (YIN, 2003).

Sublinha-se também que “a essência de um estudo de caso, [...], é que ela tenta esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: o motivo pelo qual foram tomadas, como foram implementadas e com quais resultados.” (SCHRAMM, 1971 apud YIN, 2003, p.31).

Ainda para o mesmo autor este método analisa um evento contemporâneo dentro de sua realidade própria, especialmente quando os limites entre o acontecimento e o contexto se sobrepõem.

4.2 Protocolo de pesquisa

De acordo com Yin (2003, p. 89), o protocolo para estudo de caso contém os procedimentos e regras gerais que devem ser seguidas, além de ser “uma das táticas principais para se aumentar a confiabilidade da pesquisa de estudo de caso e destina-se a orientar o pesquisador ao conduzir o estudo”.

Desta maneira, a presença deste protocolo ajudou a manter o foco no objeto de estudo deste trabalho, anteriormente mencionado. Com base no referencial teórico, foram abordadas, no que diz respeito a cadeia produtiva os aspectos de matéria-prima, produção e acesso a mercado. Já sob a ótica do desenvolvimento sustentável local, os pontos observados foram as dimensões econômica, social e ambiental.

Segue quadro com a estrutura do protocolo de pesquisa:

Quadro 01- Protocolo de pesquisa

Cobertura temática	Questões	Fonte de investigação	Técnicas de pesquisa
Matéria prima	Fibras trabalhadas; sazonalidade; risco de extinção; extração; transporte das fibras; beneficiamento; outras matérias-primas utilizadas; processo de compra	Artesãos da Associação	Entrevista semiestruturada com os artesãos
Produção	Produtos produzidos, fluxo de conhecimento; aprendizagem; produção mensal; terceirização; controle de qualidade; criação inovação; maquinário, utensílios, material de apoio; sede; pagamento	Artesãos da Associação/ Gestor do Projeto Cultura em Foco	Entrevista semiestruturada com os artesãos e com o gestor
Acesso a mercados	Canais de distribuição; fixação de preço;	Artesãos da Associação/ Gestor do	Entrevista semiestruturada com os

	disponibilidade de TI; Logotipo; promoção; redes sociais/ web Page	Projeto Cultura em Foco	artesãos e com o gestor
--	--	----------------------------	----------------------------

4.3 Pesquisa de campo

Segundo Borges (2011), o vínculo entre designers e artesãos é de extrema importância não somente pelo aperfeiçoamento do objeto artesanal em si, mas também pelo impacto social e econômico que isto acarreta.

Ainda sobre esta temática, a mesma autora ressalta que, de maneira geral, é difícil “ [...]fazer com que esse trabalho tenha significado e relevância para a comunidade local e, assim, possa ser continuado.” (BORGES, 2011, p.138).

Em leituras preliminares sobre o tema design e artesanato, tais como Borges (2011), Freitas (2008), Nonato (2015) e Roizenbruch (2009) depreende-se como esta relação ocorrida em projetos de fomento ao artesanato podem ser benéficas para os artesãos. Estes benefícios podem ser de ordem econômica, social e ambiental e ocorrer simultaneamente ou em apenas uma das áreas mencionadas. Entretanto, o inverso pode também ocorrer, como a descaracterização do artefato, gerando um não reconhecimento do artesão com o objeto por ele feito. Uma terceira situação observada a partir destas leituras é o sucesso da iniciativa enquanto o projeto está sendo executado e que cessa após o término deste projeto, não havendo, portanto, melhoras nas condições de vida do artesão.

Ao tomar conhecimento deste grupo produtivo, então denominado Fellicia pela pesquisadora, foi interesse imediato. Os artesãos haviam participado de um projeto de fomento ao artesanato, chamado Cultura em Foco, realizado em 2009 com término em 2011, e continuavam a produzir; a vender os objetos artesanais através da empresa Fellicia e a viverem deste trabalho. Foi então compreendido que o projeto os capacitou e esta capacitação garantiu autonomia para os produtores após o período de incubação do projeto.

Serão dados mais detalhes sobre a empresa, seu entorno e o projeto Cultura em Foco no próximo capítulo. Por ora, ressalta-se o fato de ser uma comunidade localizada em um município com um dos piores IDH de Sergipe.

Tendo sido estabelecido o interesse na empresa pelos fatos acima relatados, é importante comunicar que a coleta de dados para este trabalho se deu em três

encontros diferentes, realizados na sede da Associação, localizada em Santa Luzia do Itanhy, Sergipe.

O primeiro se deu em outubro de 2015, com a presença do então designer gráfico¹ do IPTI, que intermediou o encontro. Neste momento, a única preocupação foi a de conhecer os quatro artesãos que faziam parte da Fellicia – que até então, acreditava-se apenas ser uma marca e não uma associação. Um dos propósitos deste encontro foi receber a anuência dos mesmos em participar do presente estudo.

Questões como o número de participantes, como se deu a entrada no Projeto Cultura em foco e sentimentos em relação ao fazer artesanal foram abordadas em uma entrevista não estruturada. Um fato adicional desta conversa é que a principal renda dos artesãos antes de participarem do projeto era conseguida através da pesca de mariscos. As mulheres trabalhavam como marisqueiras e relataram a insalubridade da profissão, e como desejavam um outro modo de vida.

Outro ponto crítico até então desconhecido foi a questão das encomendas, discutidas somente com Gestor 2², mentor do projeto e membro do IPTI ou Gestor 1³, também membro do IPTI. Foi neste encontro que foi compreendido que o projeto de fomento foi terminado, mas que os artesãos não eram completamente autônomos, como se acreditava.

A partir deste encontro, surge a aspiração de estudar o grupo produtivo: como se dá a transição do Projeto Cultura em Foco para a criação da marca, bem como o papel da intervenção de design que se deu no referido projeto em relação a atual produção da empresa e a relação que o IPTI vivencia com os artesãos atualmente.

O segundo encontro dá-se em janeiro de 2017, para reconhecimento da Fellicia. Embora os arquivos digitais referentes à entrevista desta visita tenham se perdido, cita-se como crucial ao andamento da pesquisa.

Neste encontro foi-se discutido através de uma entrevista semiestruturada as fases pelas quais os artesãos experimentaram, passando pelo projeto Cultura em foco, como mencionado anteriormente, criação da Associação Cultura em foco e da marca Fellicia. Foi também abordado o papel da intervenção de design inserido no fazer artesanal da Associação, bem como algumas questões incipientes acerca de

¹ Não confundir o designer gráfico do IPTI com “Designer”, que capacitou os artesãos no projeto Cultura em Foco.

² Por questões legais, manteremos o anonimato.

³ Idem

sua cadeia produtiva, tais como matérias primas e acesso a mercados. A partir deste momento, decide-se como objeto de estudo a cadeia produtiva da Associação, associando-a aos preceitos do desenvolvimento sustentável local.

Desta forma, o piloto de pesquisa foi realizado em sua sede, através de entrevista semiestruturada com os quatro artesãos da Associação em outubro de 2017, sendo este o terceiro e último encontro. A transcrição da mesma encontra-se no apêndice.

Para melhor visualização e entendimento das questões abordadas, os três eixos temáticos foram divididos em quadros que serão analisadas no próximo capítulo. Seguem abaixo estes dados:

Quadro 02- Matéria-prima

Questões abordadas	Dados coletados
Fibras trabalhadas	Ouricuri, Capim estrela, Dendê, Jaraguá, Buri, Piaçava, Junça, Junco e Pindoba;
Sazonalidade	Disponível na região durante todo o ano;
Risco de extinção	Segundo os artesãos, não há, pois aprenderam durante o Projeto que não se deve tirar toda a fibra disponível na área de uma só vez;
Extração	Manual, com o auxílio de ferramentas. Somente 2 membros a realizam. Entretanto, os outros membros sabem como realizar a tarefa;
Transporte da matéria prima	Por carro de mão, até o prédio em que a Associação funciona;
Beneficiamento	Manual e/ou com uso de ferramentas. Todos os membros sabem do processo, entretanto, os membros que extraem a fibra trabalham menos nesta etapa
Outras matérias-primas utilizadas	Tinta, cordão, barbante, cola, cola quente; pincel
Disponibilidade	Compradas sempre no mesmo distribuidor, em cidade Vizinha (loja União, localizada na cidade de Estância);

Processo de compra	Compra por necessidade. Preferência por rolo maior de Cordão e barbante por melhor custo/benefício. Todos os artesãos sabem da localização da loja, entretanto a compra geralmente é feita por apenas um membro.
Outras matérias primas	ilhós e acessórios de metal para cortinas, além de bases em metal e madeira para luminárias;
Processo de Compra	Gestor 2 as envia de São Paulo, de acordo com a encomenda a ser produzida;

Quadro 03 – Produção

Questões abordadas	Dados coletados
Produtos produzidos	Jogos americanos, passadeiras, luminárias (de chão, mesa e teto), persianas, tapetes e revestimento de parede.
Fluxo de conhecimento	Todos os artesãos sabem todas as etapas produtivas, entretanto preferem não fazer determinados processos por gosto pessoal. São também capazes de repassar as técnicas aos artesãos terceirizados.
Aprendizagem	As técnicas utilizadas foram aprendidas durante o “Cultura em foco”, ensinadas pelo Designer do projeto Cultura em foco.
Produção mensal	Trabalham por encomenda, através de pedidos feitos por Gestor 2 . Somente pedidos de jogos americanos – em pequenas quantidades-são tratados diretamente com os artesãos.
Terceirização	A depender do volume de encomendas, os artesãos contratam outros artesãos, que trabalham por produção. Estes artesãos terceirizados podem ser artesãos que participaram do Cultura em foco, ou familiares. Neste caso, o ofício é ensinado rapidamente.

Controle de qualidade	Os 4 artesãos reúnem-se e decidem juntos se a peça apresenta a qualidade pretendida.
Criação	As peças produzidas são criadas pelo Designer do projeto Cultura em foco;
Inovação	Novos produtos são criados pelo Designer, que envia as novas amostras via correios ou manda foto e explicações pelo aplicativo de celular WhatsApp ou ligações telefônicas.
Maquinário	A Associação possui dois teares, furadeira, conjunto de chaves e brocas e máquina de ilhós que foram do projeto e agora pertencem a Associação
Utensílios	Utensílios necessários a produção, tais como pinceis, pistola de cola quente, tesouras são comprados conforme demanda, com dinheiro enviado por Gestor 2 .
Material de apoio	<p>A Associação conta ainda com prateleiras, bebedouro para garrafão da água e cavalete com bloco de papel, cedidos pelo projeto.</p> <p>As prateleiras são usadas para armazenar material (tais como rolos de barbante, etc.). O bebedouro encontra-se sem uso, e o cavalete com bloco de papel é utilizado para anotações quando os artesãos trabalham por produção.</p> <p>Fazem uso também de fogão e panelas, comprados pelos mesmos e rateados entre os 4 membros.</p>
Sede	<p>O prédio em que a Associação funciona foi cedido pela prefeitura, embora não haja documentação legal. O imóvel, localizado abaixo de um antigo palco para eventos encontra-se sem água encanada ou energia elétrica e quando chove, há infiltrações que prejudicam o armazenamento de matéria prima/ estoque.</p> <p>A ausência de luz elétrica faz com que a produção termine por volta das quatro horas da tarde, quando a iluminação natural começa a</p>

	<p>escassear.</p> <p>No que fiz respeito a ausência de água, os artesãos possuem um balde grande, com água para limpeza e trazem diariamente uma garrafa de água potável.</p>
Pagamento	<p>Os artesãos recebem mensalmente R\$ 500,00 (quinhentos reais) mensais, mais R\$ 100 (cem reais) de transporte- pois nem todos os artesãos residem em Santa Luzia do Itanhy.</p> <p>Quando possuem encomendas muito grandes, além do dinheiro mensal, trabalham por produção, sendo anotados as produções individuais, em um sistema autogerido.</p> <p>Há também uma espécie de corda de fibra trançada manualmente usada em um modelo de tapete. O artesão produtor desta corda recebe R\$ 0,20 (vinte centavos) por metro produzido, já tecido. Se fosse contabilizado enquanto matéria prima, ganhariam mais, pois a corda se encurta na produção do referido tapete.</p> <p>Podem também receber e prospectar encomendas pequenas de jogos americanos e ratear o dinheiro obtido entre eles, embora isto ainda não tenha ocorrido.</p>

Quadro 04 – Acesso a mercados

Questões abordadas	Dados coletados
Canais de distribuição	<p>Consumidores finais e/ou lojas localizadas principalmente no Sudeste do Brasil.</p> <p>Os artesãos não têm acesso direto aos consumidores/ empresários</p>
Fixação de preço	<p>Os artesãos sabem somente os preços de jogos americanos, que variam de R\$ 5 a R\$ 15, porém não participaram do processo de definição dos mesmos.</p> <p>Para os outros produtos, os valores são discutidos principalmente com Gestor 2, podendo Gestor 1, diretor do IPTI mediar e/ou participar do processo.</p>

Disponibilidade de TI	2 artesãos possuem celular e acesso a internet pelo mesmo.
Logotipo	Logotipo feito por autor não identificado pelos artesãos.
Promoção	Embora tenham aprendido em curso do Sebrae sobre a necessidade de tags e etiquetas, possuem apenas fita adesiva para fechamento de embalagem de transporte com o logotipo da empresa.
Redes sociais / Web Page	A empresa possui página na Internet, com seu catálogo de 2013 e perfil na rede social Instagram. O catálogo encontra-se disponível no Anexo B deste trabalho Há poucas fotos dos artesãos, sendo sua maioria de produtos. Além dos objetos produzidos em fibra vegetal, há joias, bordados e cerâmicas, além de fotos de Gestor 2 . Os artesãos não sabem informar precisamente quem criou a conta no Instagram ou quem a atualiza.

Outros pontos importantes pertinentes a este estudo seriam a compreensão mais detalhada do papel do IPTI em Santa Luzia; a criação do projeto que dá origem a Associação, como se dá a intervenção de design neste projeto assim como alguns aspectos da cadeia produtiva que não ficaram claros a partir da entrevista com os artesãos.

Para tanto, entrevistas com Gestor 1, um dos cofundadores do IPTI constantemente mencionado pelos artesãos; com Designer, o designer do Projeto ainda atuante junto a Associação, de acordo com relatos dos artesãos e Gestor 2 , autor do mesmo foram cogitadas.

Por e-mail, foram-se feitos os convites. Gestor 1 sinalizou não ter interesse⁴; Designer não respondeu o contato⁵. A entrevista com Gestor 2 pode ser lida integralmente no Apêndice B.

Ainda no que tange outras visões acerca das temáticas mencionadas, no caso o papel do IPTI em Santa Luzia; a criação do Projeto Cultura em Foco

⁴ Apêndice C deste documento

⁵ Apêndice D deste documento

entrevistas de a Douek (2012) e Machado (2017) também foram utilizadas. As mesmas se encontram no Anexo A e Anexo B deste documento, respectivamente.

No que diz respeito a canais de venda da Fellicia, uma pesquisa usando o buscador de sites Google foi realizada. O resultado desta busca encontra-se no próximo capítulo desta dissertação.

5 ANALISANDO O CASO

5.1 A localidade

Com suas terras pertencentes a capitania da Bahia, o território de Sergipe, na época da colônia representava além de área de expansão para fazendas canavieiras, um perigo a referida capitania, pois os franceses, que tinham muita influência na região, contrabandeavam pau-brasil com a ajuda dos índios.(ROSENDON, 2019).

Por este fato, o governador geral do Norte do Brasil, Luiz de Brito, autoriza Garcia D'Ávila a explorar e povoar as terras sergipanas. Porém D'Ávila não logra êxito na missão, devido à resistência dos índios nativos. Assim sendo, o governo colonial, para garantir a segurança e comunicação tanto da Bahia quanto de Pernambuco, envia em 1575 uma missão para catequizar estes indígenas.

Comandada pelo Padre Gaspar Lourenço a missão percorre grandes extensões de terras e fundam a primeira povoação, denominada São Tomé. Entretanto, enfrentando hostilidades, em 1590 uma nova missão de combate aos índios é expedida, garantindo a submissão destes. Este ano é dado como marco da ocupação de Sergipe, sendo suas terras distribuídas aos participantes da expedição vitoriosa.

Ainda segundo Matos (2019), em 1600, a primeira povoação sergipana, São Tomé eleva-se a categoria de povoado, mudando seu nome para Santa Luzia, com sua paróquia ligada a Bahia. Não há mais registros históricos da povoação até 1680, quando sua paróquia é então separada.

Já em 1698, o povoado é elevado a categoria de vila por ordem do governador da Bahia e passa a se chamar Vila Real de Santa Luzia. Em 1704, a câmara de Santa Luzia envia um ofício ao rei para solicitar a transferência da sede para Estância, porém não obtém êxito neste pedido.

Somente em 1831 a então Vila de Santa Luzia consegue a transferência para Estância, tornando-se então um povoado da mesma. Em 1835 a vila de Santa Luzia torna-se povoação independente .

Torna-se município em 1848, e em 1943 modifica seu nome para Inajaroba. Em 1948, torna a chamar-se Santa Luzia, acrescido de Itanhi, que é o nome que os indígenas denominavam o Rio Real.

Atualmente integram o município de Santa Luzia do Itanhy, de 329,50 m2 outros 54 povoados que fazem fronteira com os municípios de Estância ao norte; Indiaroba ao sul; Arauá a noroeste e Itabaianinha a oeste. Dista de Aracaju, capital do estado 76 km. Sua densidade demográfica de 42,23 hab./km2 e a projeção da população em 2019 segundo o IBGE é de 13.947 habitantes.

Desde a sua criação pelos jesuítas, há em Santa Luzia, criação de gado e lavoura para consumo interno, assim como para atender a Bahia e Pernambuco. Das culturas deste período, destaca-se a da mandioca.

Em meados do século XVIII, inicia-se a produção canavieira em Sergipe, que se torna a principal atividade econômica de Santa Luzia. Devido à importância desta atividade, chega a existir sete engenhos na vila, sendo o primeiro, chamado São Felix, datado de 1632. Entretanto, com o declínio da indústria açucareira, todos encerram suas atividades ao longo do século XX. O último engenho fecha em 1960 e o município decai economicamente.

Atualmente, a cidade produz, em caráter de cultura temporária amendoim, feijão, mandioca e milho. No que tange a produção agrícola em caráter permanente, o município conta com lavouras de banana, coco-da-baía, laranja, limão, mamão e maracujá.

Possui também expressivo número de galináceos (50.800 cabeças), além de produzir camarão, tambaqui, tilápia e mel. Importante ressaltar que peixes e frutos do mar representam uma fonte de renda para parte da população, no que tange tanto a pesca quanto tratamento dos pescados. Estes pescados são vendidos nas feiras locais ou cidades vizinhas. Não foram encontrados dados relativos a produção artesanal no município, seja essa produção analisada sob a ótica econômica ou sobre a ótica cultural.

No que diz respeito a festas populares, o município conta com diversos eventos fixos ao longo do ano. São eles: Carnaval; São Sebastião; Festa do Senhor do Bomfim; Festas Juninas; Emancipação de Santa Luzia do Itanhy; Festa dos pescadores e Festa da Padroeira.

5.2 O IPTI e o Projeto Cultura em Foco

De acordo com Gestor 2 , em entrevista para Daniel Douek em 2012, os 12 cientistas criadores do IPTI, todos pesquisadores acadêmicos de diversas

áreas⁶, não tencionavam ficar restritos a universidade, por considerarem este tipo de pesquisa distante “dos polos onde a vida estava acontecendo, da dinâmica natural, do processo evolutivo das coisas.”

Então o IPTI- Instituto de Pesquisas em Tecnologia e inovação foi fundado em São Paulo em 2003. A Instituição, sem fins lucrativos, tem como objetivo “desenvolver soluções integradas entre tecnologia e processos humanos” nas áreas da educação, saúde pública e economia criativa através da união entre arte, ciência e tecnologia, de acordo com o site da instituição.

Em dezembro de 2009, após diálogos com o Governo de Sergipe iniciados em 2006, acontece a transferência de sede para Santa Luzia do Itanhý. Esta escolha se dá pelo baixo IDH do município, fato este que tornaria extremamente proveitosas as ações do instituto, além da facilidade de acesso ao município, a partir de Aracaju.

O IPTI tem como missão: “Promover desenvolvimento humano construindo soluções inovadoras, com potencial de escala, para problemas sociais, por meio de metodologias que associam Arte, Ciência e Tecnologia, em colaboração com as comunidades.” E almeja ser referência mundial em “soluções que realmente melhoram as condições de vida das comunidades”.

Trabalhando a partir do “The Human Project”, modelo criado pela instituição em 2007 que alicerça o desenvolvimento de uma região a partir da cultura e do meio ambiente do local, o IPTI vem desenvolvendo diversos projetos na cidade e seus povoados.

Um destes projetos é o “Cultura em foco”. Escrito por Gestor 2, o projeto contou inicialmente com recursos do BID- Banco Interamericano de

⁶ De acordo com o site: <http://www.ipti.org.br/pt/equipe/>, a equipe do IPTI é constituída pelos pesquisadores associados: Armando Rocha, Neurocientista; Dândolo Santos, Designer Gráfico; Fábio Rocha, Linguista; Fernando Colugnati, Estatístico; Geraldo Filho, Matemático; Marcel Magalhães, Audiovisual; Marcelo Chammas, Engenheiro de Pesca; Monique Long, Produtora Cultural; Gestor 2, Arquiteta; Rodrigo Almeida, Engenheiro Eletricista; Ruanceli Santos Desenvolvedor Web; Gestor 1, Engenheiro Civil

Já o The Human Project, projeto norteador das ações do Instituto, teve como colaboradores Colaboradores • Andrea Nicolai, T-6, Itália • Bertrand Dory (Calypso Management), Irlanda • Bronac Ferran, Boundary Object, Reino Unido • Bruce Gilchrist, London Fieldworks, Reino Unido • Emanuel Carrilho, IQSC/USP, Brasil • Fernando Oliveira Costa, Brasil • Jo Joelson, London Fieldworks, Reino Unido • Matt Ratto, HUMlab, Universidade de Umea, Suécia • Michael Pratt, Centers for Disease Control and Prevention, Estados Unidos • Paolo Dini, London School of Economics, Reino Unido • Rejane Spitz, PCU-RJ, Brasil • Roger Malina, Diretor da Organização Leonardo, Estados Unidos • Tom Fleming, Tom Fleming Creative Consultancy, Reino Unido, disponível em <http://www.ipti.org.br/wp-content/uploads/2014/04/TheHumanProject.pdf>

Desenvolvimento, através de edital. Depois, foram integrados novos parceiros, como o Banese Card, Sebrae e prefeitura de Santa Luzia.

Feito a distância, a partir de relatórios enviados a pesquisadora pela Secretaria de Assistência Social, segundo Gestor 2, não existia na cidade o artesanato, e sim manualidades. Isto fica patente nesta fala:

Quando fui a Santa Luzia do Itanhy, na exposição de artesanato local organizada pela primeira-dama na Secretaria de Assistência Social, para me receber, tive vontade de desistir. Eu olhei para o Gestor 1, pesquisador do IPTI que estava comigo, e falei: “Vou devolver esse recurso para o BID”. Não tinha condições. Eles não tinham nenhum artesanato de tradição, nenhum artesanato de fato. O que tinham eram manualidades – a bonequinha de biscuit, o pano de prato, aquelas coisas bem comuns. (DOUEK, 2012).

Então, um levantamento iconográfico foi feito, identificando 3 tipologias a serem trabalhadas: fibras vegetais, por serem abundantes na região; tecidos, pois existia na região as denominadas crocheteiras e miniaturas de raiz de araticum, pois apenas um artesão trabalhava com isto, e o saber deveria ser preservado.

Embora com recursos para trabalhar apenas uma das tipologias, o projeto consegue trabalhar as 3 acima mencionadas. O Designer do projeto, americano radicado em São Paulo que trabalhava com fibras vegetais é contratado para esta mesma tipologia; Os designers do Estúdio Nada se Leva cedem gratuitamente uma padronagem para ser trabalhada com fuxicos e para o trabalho com a raiz de araticum o IPTI investe recursos próprios, obtendo como resultado o ensino de adolescentes: “Formamos quarenta meninos, jovens da comunidade, que aprenderam a fazer aquilo e até hoje fazem.”(DOUEK, 2012)

O projeto encerra-se em 2011, apresentando os seguintes resultados, documentados no site do IPTI:

- Profissionalização de 60 artesãos;
- Criação de uma associação dos artesãos participantes do projeto, a Associação Cultura em Foco;
- Aumento da renda média dos artesãos atendidos;
- Aumento do valor agregado dos produtos;
- Ampliação do mercado de inserção dos produtos produzidos, estando estes em 12 diferentes pontos de venda;

- Instalação de um processo colaborativo e criativo, ao invés de relação de desconfiança, que prevalecia anteriormente;
- Mudança da qualidade de percepção dos indivíduos sobre o seu próprio meio e grupo, aspirações adaptando-se às novas situações;
- Criação de uma empresa, a Fellicia, para comercialização dos produtos;
- Criação de um modelo de gestão que agrega 3 diferentes áreas no processo operacional do negócio: pesquisa/inação, produção e comercialização;
- Participação em 4 Feiras e Eventos de Negócios Nacionais;
- Divulgações em importantes mídias nacionais e internacionais;
- 2 documentários produzidos sobre o projeto;
- 2 premiações nacionais: Museu A casa na categoria projeto socioambiental em 2012 e Ministério da Cultura na categoria Modelos de Gestão de Empreendimentos e Negócios Criativos, também em 2012;
- Publicação de um artigo científico sobre o projeto, *Atlanta Conference on Science and Innovation Policy*, Set. 2011.

Na referida entrevista, Gestor 2 menciona um dos diferenciais do projeto de sua autoria: para os editais, os projetos terminariam com a criação do objeto, e não na venda do mesmo. Para ele, seria considerado um fracasso caso o “Cultura em foco” tivesse terminado neste momento.

Assim sendo, para fomentar as vendas dos produtos manufaturados no projeto, foi criada e estruturada a Associação Cultura em Foco de Santa Luzia do Itanhy e a Fellicia, uma empresa comercial para a venda dos produtos, aberta em agosto de 2011.

Antes da criação da empresa, os produtos eram vendidos de maneira informal para amigos, e após a criação da mesma, nas palavras de Gestor 2: “não paramos mais a produção, e os produtos chegaram rapidamente onde queríamos.”

Ainda segundo ele, com a criação da Fellicia, o modelo de negócio funciona como um ciclo, em que a empresa remunera os artesãos, uma porcentagem do lucro é revertida tanto para o IPTI quanto para a Associação, para que se gere inovação. O IPTI continua idealizando novos conceitos e procurando novos editais. A Associação é a produtora, alimentando desta forma o ciclo.

5.3 Mapeamento da cadeia Produtiva da Associação Cultural em Foco de Santa Luzia do Itanhy

5.3.1 Modelos de Análise - Identificação das matérias-primas

Quadro 5- Dimensão de Sustentabilidade Ambiental

Aspectos	Fibras vegetais	Cordão e barbante	Base para luminária
Fontes	Não plantado (selvagem)	Industrial	Manufatura
Forma de extração	Manual/ facão e vara	Não se aplica	Não se aplica
Impactos ao meio ambiente	Neutro Recurso renovável	Não se aplica	Não se aplica
Organização da extração	2 artesãos realizam a tarefa conjuntamente	Não se aplica	Não se aplica
Geração de Resíduo (Não Aproveitável)	Caules	aparas	Não se aplica
Geração de refugo (aproveitável)	Zero	Não se aplica	Não se aplica
Destinação de resíduos	Queima	Lixo	Não se aplica

Quadro 6- Dimensão de Sustentabilidade Econômica

Aspectos	Fibras Vegetais	Cordão e barbante	Base para luminária
Disponibilidade	Alta	Alta	De acordo com a demanda
Custos	Zero	Não pesquisado	Não sabem o preço
Capital de giro	Não se aplica	Sim	Sim
rentabilidade	Não pesquisado	Não pesquisado	Não pesquisado

Condições de acesso	Algumas fibras são de difícil acesso seja por sua localidade, seja por forma de extração	Não se aplica	Não se aplica
Período de acesso	Tempo todo	Não se aplica	Não se aplica
sazonalidade	Atemporal	Não se aplica	Não se aplica
Forma de aquisição	Retirada programada	Compra mensal para estoque	Envio de acordo com a demanda
Transporte	Carrinho de mão para a sede da Associação	Transporte junto com o artesão comprador	Envio por transportadora de São Paulo
Embalagem	Inexistente	Sacola fornecida pela loja	Caixa de papelão
processamento	Necessário	desnecessário	Desnecessário
beneficiamento	Separação em feixes Limpeza Remoção de hastes Secagem	Não se aplica	Não se aplica
Uso de energia	Braçal	Não se aplica	Não se aplica

Quadro 7- Dimensão de Sustentabilidade Social

Aspectos	Fibras vegetais	Cordão e barbante	Base para Luminária
Riscos Humanos na Extração e manipulação	Alto risco-pela operação manual	Não se aplica	Não se aplica

Quadro 8- Dimensão de fluxos de recursos

Aspectos	Fibras vegetais	Cordão ou barbante	Base para luminária
Apresentação para produção	Feixes	Rolos	Formato pretendido
Fornecedores	Não se aplica	Comércio em Estância	Fornecedor selecionado por Gestor 2
Equipamentos de extração	Facão	Não se aplica	Não se aplica

Quadro 9: Dimensão de Fluxo de Conhecimento

Aspectos	Fibras vegetais	Cordão ou barbante	Base para luminária
Conhecimentos repassados	Organização do estoque de fibras desenvolvido pelos próprios artesãos	Nada a declarar	

Quadro 10- Dimensão de regulação

Aspectos	Fibras vegetais	Cordão e barbante	Base para luminárias
Riscos a disponibilidade	Baixo	Baixo	Baixo
Controle de extração	Baixo	Não se aplica	Não se aplica
Lei de proteção ambiental	Não pesquisada	Não se aplica	Não se aplica
Organização para produção	Contratação de artesãos extras a depender da encomenda	Contratação de artesãos extras a depender da encomenda	Contratação de artesãos extras a depender da encomenda

Quadro 11- Dimensão de identidade

Aspectos	Fibras vegetais	Cordão e barbante	Base para luminárias
----------	-----------------	-------------------	----------------------

Fatores identitários	Nada a relatar
-----------------------------	----------------

5.3.2 Modelos de Análise - Identificação de processos produtivos

Quadro 12- Dimensões pesquisadas

Dimensões	Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Fluxo de conhecimento	Diferenciação	Mix de produtos que abarca diferentes preços e ambientes Ausência de estoque, somente encomendas Storytelling sobre a marca	
Sustentabilidade econômica	Financiamento	Máquinas e equipamentos-BID	Não Há
	Desdobramentos da produção	Não há	Não há
	Limitantes do processo	Estoque de fibras vegetais insuficiente Número de produtores insuficientes (relação pessoal x tempo)	Estoque de fibras vegetais insuficiente Número de produtores insuficientes (relação pessoal x tempo)
Fluxo de recursos	Apresentação para produção	Feixes, rolo	Feixes
Fluxo de conhecimento	Fracionamento	Feixes, bobinas	Feixes
	Pré-produção	Encher as bobinas Cortar os fios da urdidura	Preparar as tramas no tear antecipadamente

	Preparação	Colocação da urdidura no tear	Colocação da trama na base
	Conformação	Tecelagem	Costura de fibras na trama
Sustentabilidade ambiental	Controle de qualidade	Inspeccionar fibra durante a trama	
Fluxo de conhecimento	Acabamento	Dar nós nos fios da urdidura Aparar possíveis fibras de tamanhos diferentes	Aparar possíveis fibras de tamanhos diferentes além de linhas e ou/barbantes
Sustentabilidade econômica	Controle de qualidade	Inspeção geral da peça	
Fluxo de conhecimento	Atividade Pós-Acabamento (se existir)	Não pesquisado	
	Serviços terceirizados	Somente se for encomenda grande	
	Estoque	Trabalho realizado por encomenda, havendo estoque somente das fibras vegetais	
	Logística	Caixas de papelão para transporte lacradas com fita adesiva com a marca da Fellicia	
Regulação	Organização da produção	Sistema autogerido	
Sustentabilidade ambiental	Controle de qualidade	Não pesquisado	
	Energia	Trabalho manual	
	Resíduo	Pequenas aparas de fibras e/ou cordão e/ou barbante	

	Refugio	Próximo do zero
Sustentabilidade Social	Ergonomia do ambiente	Local de trabalho, mobília e Iluminação inadequados
	Saúde e segurança do artesão	Possíveis doenças advindas de acúmulo de água das chuvas
	Equidade	Quantidade reduzida de associados
	Diversidade	Possibilidade de escolhas
	Recortes de gênero/idade	A maioria dos artesãos são do sexo feminino e acima dos 50 anos de idade
	Equipamentos de produção	Agulha, tesoura, pincel
Sustentabilidade econômica	Desenvolvimento de produtos	Novos produtos desenvolvidos pelo designer que capacitou os artesãos
	Subcontratação	De acordo com a encomenda
Fluxo de conhecimento	Capacitação	Repasse das técnicas para terceiros
	Comunicação	Whatsapp e telefone pessoal que pode ser utilizado coletivamente
Identidade	Prática cultural	Produção coletiva, com conversa

5.3.3 Modelos de Análise - Identificação de acesso a mercados

Quadro 13- Dimensão de sustentabilidade social

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
----------	------------------	------------

Equidade social	Produção realizada de acordo com escolha pessoal do artesão
Cortes de gênero, idade, etnia	Predominantemente mulheres, acima de 50 anos. Laços de parentesco entre os artesãos
Forma predominante de trabalho em rede entre os participantes	Sistema autogerido; ajuste da produção em relação a gosto pessoal, aptidão e disponibilidade de tempo

Quadro 14- Dimensão de sustentabilidade econômica

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Espaço de produção	Imóvel deteriorado Maquinário necessário para produção em condições de uso Móveis deteriorados, ergonomicamente deficientes Ausência de bebedouro	
Canais de distribuição	Show room em São Paulo Pedido de consumidor final Prospecção por parte de Gestor 2 Loja on line BOOBAM	
Identificação de nichos	Produtos de decoração inseridos no mercado de luxo Produtos utilitários vendidos para varejistas	
Possibilidades de desenvolvimento de produtos	Identificadas por Designer	
Concentração de vendas em poucos compradores	Venda por encomenda que pode ser para varejista ou consumidor final	
Fixação de preço	Determinado por Gestor 2	
Promoção	Rede social, website	
Logística reversa	Não se faz necessário	
Parcerias	Prefeitura (espaço de produção) Banese	
Comercialização de propriedade criativa	Não há	

Organização de compra e serviços	De acordo com a encomenda, porém há estoque prévio de cordões e barbantes	De acordo com a encomenda
Pós-venda	Oferecimento de serviço de instalação de revestimento de parede	Não há

Quadro 15- Dimensão de fluxo de informação

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Ideias e conceitos repassados	Prospecção de clientes por Gestor 2	
Facilitadores de acesso aos mercados	Redes Sociais Site	
Veículos	Esporádico em revistas e sites (espontâneo)	
Consumo	Consumidor Final Empresas Varejistas	
Interação com o mercado/ análise de tendências	Realizado por Designer e Gestor 2	

Quadro 16- Dimensão de identidade

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Práticas culturais e organizacionais	Participação com outros artesãos em feiras	
Elementos de Raiz	Um artesão trabalhava com esteiras para uso próprio	
Reconhecimento	Artesã que nomeia a empresa citada em entrevistas e redes sociais	

Quadro 17- Dimensão de representação

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Material de suporte	Fita adesiva com marca para caixa de transporte	

Proposta de Venda Única	Realizada por ao prospectar clientes
--------------------------------	--------------------------------------

Quadro 18- Dimensão de regulação

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Prêmios	Museu A casa na categoria projeto socioambiental 2012 Ministério da Cultura na categoria Modelos de Gestão de Empreendimentos e Negócios Criativos 2012	
Princípios	Equidade dos participantes da Associação Transparência de informações entre os produtores	
Certificações e Atestados	Nada a relatar	

5.3.4 Modelos de Análise – Cidadania e reconhecimento

Quadro 19- Dimensão de sustentabilidade econômica

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Prosperidade	Prosperidade Comprometida por falta de transparência em relação a empresa Fellicia.	
Divisão de resultados	Quinhentos reais pagos mensalmente a cada associado; Porcentagem relacionada a produção em encomendas grandes (não divulgada) Porcentagem de lucros revertida para o IPTI e para melhoras na Associação (não divulgada)	
Equidade de participação	Diferencial de acordo com a produção pessoal em grandes encomendas	

Uso de capacidade ociosa	Nada a declarar
--------------------------	-----------------

Quadro 20- Dimensão de identidade

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Registro da identidade visual	Não há	

Quadro 21- Dimensão de sustentabilidade institucional

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Nível de institucionalidade	Associação aparentemente legalmente formatada, inativa	
Grau de desenvolvimento organizacional	Básico - Baixa agregação de novos participantes Ausência de ocupantes em cargos administrativos	
Planejamento estratégico	Inexistente ou não conhecido	
Planejamento de marketing e branding	Inexistente ou não conhecido	
Plano de negócios	Inexistente ou não conhecido	

Quadro 22- Dimensão de sustentabilidade política

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Influência política setorial	Não há participação	
Protagonismo comunitário	Não há participação	

Quadro 23: Dimensão de sustentabilidade social

Aspectos	Produtos do tear	Luminárias
Percepção de causa comum	Admiração pela profissão	
Aproximação com crianças ou escolas	Nada a declarar	
Celebrações	Alguns eventos pontuais com convidados do IPTI	

5.4 Compreendendo o caso

Como dito anteriormente, o projeto que deu origem a Associação trabalhou com três tipologias e segundo Gestor 2, o resultado é a produção de peças feitas em tear tendo como matéria prima fibras vegetais; 40 jovens que trabalham com raiz de araticum e tecidos feitos a partir de fuxicos (DOUEK, 2012).

Esta afirmação já é parcialmente refutada pelos próprios artesãos. No início, trabalhou-se simultaneamente as fibras e o fuxico, mas este modo de produção não vingou, por falta de tempo dos artesãos para se dedicarem as duas tipologias. Este fato fica patente na fala do artesão 3⁷: “E aí foi uma demanda tão grande que eu tive que ir [...] atrás de gente para poder fazer. E aí elas: “não, Gestor 2, nós faz”, e eu rapaz, vocês vai se arrebentar, “não, dá conta, dá conta”, e depois elas se queixando”. Fala esta complementada pelo artesão 4: “Ficava puxado, ficava puxado.”

Quanto a terceira tipologia, ao se referir ao único artesão que trabalhava com ela, o artesão 3 relata: “Só que ele não quis continuar não. Porque aí teve um pedido em São Paulo e Gestor 2 mandou ele fazer umas peças, que era pra mandar pra São Paulo. Mandou que ele fizesse, que embrulhasse certinho que era pra ir prumas exposição. Eu fui, procurei ele e a resposta dele foi essa: “Ela paga quanto em cada peça dessa?”. Foi e disse não, vai pruma disposição lá.” Ainda nas palavras do artesão 3, o rapaz teria pedido uma compensação financeira: “Aí ele disse só posso ir se ela garantir um custo, quanto ela vai pagar e garantir a segurança deles. E aí,

⁷ Por questões legais, os artesãos serão identificados por número. Há momentos em que serão identificados como “artesão X”, por entender que sua fala comprometeria seu anonimato.

liguei pra Gestor 2, Gestor 2 disse “desista dele. Quero mais não.” Desta forma, esta tipologia não foi trabalhada, não havendo menção a aulas ou aos 40 supostos aprendizes da mesma. Os artesãos da Associação trabalham atualmente apenas com fibras vegetais.

Assim sendo, em outubro de 2017, havia na Associação 4 artesãos, sendo três artesãos do sexo feminino e um do sexo masculino, que afirmam que no Projeto não entraram 60 aprendizes, como informa o site do IPTI, pois, segundo o artesão 3: “Aqui entrou na faixa de 16.” E nem todos continuaram pois, para o mesmo artesão “[...] a maioria queria que desde que o projeto começasse já era pra ganhar dinheiro, já era pra ganhar dinheiro já e se beneficiar. A gente passamo aqui um ano de aprendizagem só para aprender e divulgar as amostras. Foi um ano de aprendizagem para depois de um ano a gente começando a divulgar os trabalhos devagar”.

Antes de prosseguirmos, é importante trazer a definição de associação, segundo a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, que seria uma “Instituição de direito privado, sem fins lucrativos, constituída com o objetivo de defender e zelar pelos interesses de seus associados. Regidas por estatutos sociais, com uma diretoria eleita em assembleia para períodos regulares. A quantidade de sócios é ilimitada.”

Entretanto, a Associação aqui estudada, não funciona de acordo com a definição acima. Gestor 1, que não sabemos a função exercida dentro da Associação, levou as atas para organiza-la, como fica explícito na fala do artesão 3: “Foi saindo, foi saindo, aí Gestor 1 levou a ata pra tirar as pessoas que tem lá. Esses diretor, secretário.” E como relata o artesão 4:” Levou a ata e até hoje.” Importante ressaltar que não há reuniões periódicas na Associação.

Para o artesão 3, “A Associação foi feita assim... porque se tiver alguma coisa pra ser doado, com a associação fica mais fácil. Agora ela tando regularizada. Porque você pode entrar com empréstimo pro projeto, empréstimo pruma coisa. E pra ter médico, ter dentista. Só que a gente vai no posto mesmo. Quem quiser ne... quem não quiser...”

Até outubro de 2017, a Associação não havia recebido doações ou usufruído de empréstimos, segundo os artesãos. Embora as falas destes artesãos sugerirem irregularidades e até mesmo ausência da associação em si, neste estudo continuaremos nos referindo ao grupo produtivo como Associação.

5.4.1 Sede da Associação Cultura em Foco de Santa Luzia do Itanhy

A Associação funciona desde o projeto, iniciado em 2009, em um prédio cedido pela prefeitura. O imóvel é um antigo palco para eventos da cidade, que se encontrava sem uso. Os artesãos ocupam a parte localizada abaixo deste palco, antes usado para apoio as bandas; é uma área ampla, com 2 banheiros. Os reparos necessários para início da aprendizagem também foram feitos pelo então prefeito Aauto Amor, como relata o artesão 3: “[...]foi o prefeito. Ele deixou organizando, disse que ia ajeitar pra gente poder trabalhar. Porque não tinha coisa nada aqui.”

No entanto, com o tempo, o prédio vem se deteriorando, e o novo prefeito não faz mais os reparos necessários, como explica o artesão 3: “Depois que Paulo Cesar entrou, a gente já viu foi a porta passar ali cair, de lá de cima, cair aqui em baixo. A porta, vaso, tudo. Tá tudo bagunçado aqui.” Chuvas, infiltrações e perda de material também são fatos corriqueiros, que afetam a motivação dos associados, como fica patente na fala do artesão 4: “[...] Mas tava tão organizadinho, né? Nós tem de tudo. Mas como aconteceu isso aí (danificação da estrutura) a gente não tem mais nem gosto de fazer nada. Como? Pra perder? A gente tá perdendo muito material aqui nesse local porque a chuva tá molhando tudo.” A sede também está sem luz elétrica e água, o que também afeta a produção, como explica o Artesão 1: “ Não tem água, não tem luz. Eles desligam, aí a gente fica sem luz. Aí tem uma peça pra fazer com cola quente, tem que levar pra casa, nas costas pra fazer.”

Segundo o artesão 4, Gestor 2 é ciente do problema: “Nós já filmou foi tudo aqui nadando de água e mandamo pra ele. Aí ele perguntou: “Vocês não têm outro lugar não?”” O IPTI tem um projeto de uma nova sede, como explica o artesão 3: “Gestor 1 tem um projeto aí de fazer um prédio lá no Crastro (cidade próxima a Santa Luzia do Itanhy). De mudar a oficina aqui lá pro Castro. Aí todas pessoas que chega, ele diz que só que tem um problema aqui que o artesão não quer ir. “ Porém, este fato traria problemas a produção, como explica o artesão x: “A gente vai e meio dia volta com uma galinhota aí trás, pra aqui ou eu deixo lá em casa pra trazer pra cá. Lá no Crastro tem o problema de transportar, tem outro custo pra ir pra lá. E assim, eu digo a eles. Quando eu vou pro mato, quando eu chegar o dia, eu não vou fazer outra coisa não, porque não tem corpo que aguente. Porque se for tirar um junco ainda é bom, mas se for pra tirar aquele Dendê ali, você passar de manhã toda

ali com uma vara grande, com um podão, puxando pra poder coisar. Tem dias que eu fico com o corpo... com corpo que não quero fazer nada não. E a pessoa ainda sair daqui pra ir no Castro pra depois vir pra cá. Aqui é melhor. Como tinha um terreno ali que eu falei, o rapaz na época vendia por 15mil. Terreno bom, ele queria que fosse doado. Aí por sorte tinha esse prédio aqui e a gente está nesse...”

Outro problema enfrentado pelos artesãos em relação a sua sede são as constantes tentativas de destinar o prédio a outra finalidade, como o caso relatado pelo artesão 3 das “professorinhas derrubadas, que vieram aqui pra querer colocar sala de aula aqui. (Risos) Ela veio aqui pra colocar 03 salas de aula aqui dentro.” Ou quando vieram “uns funcionários dele (do prefeito) me pedindo a chave do prédio. Que queria botar umas pessoas para consertar cadeira”. Este tipo de situação é resolvido em conversas com o prefeito. Não existe documento que cede legalmente a edificação a Associação ou ao IPTI.

Uma visão panorâmica da área de produção pode ser vista na foto a seguir:

Figura 02 – Entrevista na sede da Associação



Fonte: Arquivo da autora.2018

5.4.2 Fellicia

Fellicia, como dito anteriormente, é a empresa que comercializa a produção da Associação aqui estudada. O nome vem da artesã Felícia, atuante na produção

da Associação até os presentes dias. Segundo Gestor 2 para Machado 2017 ⁸, a escolha se dá porque: “Tínhamos estabelecido que cada artesão ganharia de acordo com o que produzisse, mas chegou na época do pagamento e a Felícia, que receberia muito mais do que os outros por causa do alto desempenho, sugeriu que o lucro todo fosse dividido por igual”. Por esta sugestão, molda-se o sistema de pagamento da empresa, e homenageia-se a detentora da ideia.

Entretanto, a versão dos artesãos é ligeiramente diferente, como relata o artesão X: “E aí, depois do projeto, Gestor 2 entrar em contato com Felícia veio aqui fazer uma pesquisa aqui para encontrar o nome de uma pessoa aqui para fazer uma empresa lá em São Paulo, para poder essa empresa ficar mais fácil de comercializar. Aí foi quando formou a empresa Fellícia”.

5.4.3 Matérias-primas

As fibras encontradas na região e trabalhadas pela Associação são: Ouricuri, Capim estrela, Dendê, Jaraguá, Buri, Piaçava, Junça; Pindoba e Junco; que estão disponíveis na região durante todo o ano. Cada fibra trabalhada tem suas especificidades, como explica o artesão X: “Se for o Aricuri e o Dendê [...] o buri também e a piaçava tem que tirar os talos pra botar pra secar. Como o Dendê é mais fácil de secar aqui dentro, a gente espalha e ele seca melhor e não precisa pegar o sol porque se ele pegar o sol ele resseca muito a palha. Já a palha do Ouricuri tem que ser três, quatro ou cinco dias no sol, se tiver quente para poder ele secar pra crrear.” Um curso, ministrado por uma bióloga foi realizado para o ensino destas especificidades. Os artesãos citam que já as conheciam, porém, a questão da preservação ainda era desconhecida por eles, como relata o artesão 4:” Agora a gente não sabia que ela veio ensinar pra que a gente tire pra não matar o pé [...]. Agora Pindoba e Dendê se tiver dois olhos tira um e deixa um.”

Além das fibras vegetais, ainda fazem uso de materiais como cola, tinta e barbante. Estes materiais são comprados na cidade vizinha, Estância. Esta compra ocorre mensalmente, para estoque, ou para a produção imediata, caso necessário.

⁸ disponível no anexo B desta dissertação

Outros materiais, como trilho, argola e base para luminária, nas palavras do artesão 3 “[...] tudo ele (Gestor 2) manda de São Paulo ou quando encontra em Aracaju ele manda comprar em Aracaju. Aí manda o pessoal do IPTI comprar. “

Um outro aspecto relacionado a matéria prima utilizada pela Associação, no caso, as fibras vegetais enquanto propagadora da identidade do grupo. Poder-se-ia dizer que a Associação é conhecida no município como o grupo que “faz artesanato com planta”, no linguajar coloquial do povo, porém isto não ocorre, como explica o artesão 2: “Tem gente que não sabe nem o que a gente trabalha. Eu digo: “Trabalho lá embaixo”. “Fazendo o que?” “Eu faço é artesanato.” “É mesmo, fazendo o que, sabia não.”.

5.4.4 Produção

No que diz respeito a produção, esta começa com a retirada das fibras vegetais. Apenas 2 artesãos a fazem, o associado do sexo masculino e sua esposa. Embora todos saibam como se dá a extração, nem todos estão aptos para tal, como informa o artesão x: “Nós não. (Risos) Essa daí (Risos). Eu não tô conseguindo nem caminhar, quanto mais para ir para lá, aquela lonjura.”

Já o trabalho de beneficiamento destas fibras, é realizado pelos artesãos que não participaram da retirada das mesmas. O processo consiste em retirada dos “talos”, separação em feixes e secagem de acordo com as características de cada espécie.

Figura 03 – Matéria-prima sendo beneficiada



Fonte: Arquivo da autora. 2018

Após este beneficiamento, há a estocagem destas fibras. Os artesãos relatam ter sido abordado durante o Projeto Cultura em Foco a importância do estoque de matérias primas, porém, só começaram a prática quando houve real necessidade, como nos conta o Artesão 3: “Aí ela disse: ‘Só me chame quando tiver trabalho pra fazer’. Quando Gestor 2 mandou, mandou um tapete de 5m pra fazer. 3 por 5 de largura, pra fazer. Cadê as cordas? Cadê a palha de Ouricuri pra fazer? Aí teve.”

Figura 04 – Estoque de fibras



Fonte: Arquivo da autora. 2018

Figura 05 – Caixas para transporte de mercadorias



Fonte: Arquivo da autora. 2018

As técnicas utilizadas pela Associação na produção foram aprendidas durante o referido projeto, com o Designer contratado para tal. Apenas um artesão já trabalhava com fibras, embora não utilizasse o tear, como relata o artesão X: “Teve o curso né, mas o Junco eu já trabalhava com o Junco, fazendo esteira de animal e a palha do Adicuri também que era fazendo vassoura. Mas não para fazer persiana.”

Desde então, novos produtos e métodos foram criados, sendo os artesãos responsáveis apenas pela criação de um modelo de corda, utilizada em um tapete, como relata o artesão 3: “Daí eles pediu: ‘vamos fazer umas coisa assim, diferente’. Aí eu achei de fazer uma cordazinha, é bonito um tapetizinho de corda. Aí fizemos uma amostrazinha.” Pela produção desta corda os artesãos recebem R\$ 0,20 centavos por metro produzido.

Figura 06 – Corda criada pelos artesãos



Fonte: Arquivo da autora. 2018

Geralmente, os novos produtos são criados por Designer, que explica sua feitura por telefone como relata o artesão 3: “Como a gente já tem uma amostra dele ali, ele falou pra mim, mandou por telefone, aí eu fiz uma amostra assim e enviei pra ele. Aí ele disse tá ótimo, é assim mesmo.” Esta amostra, quando o produto é novo, é enviada aos artesãos, como explica, novamente o artesão 3: “É, aí quando tem um pedido diferente, ele faz as amostras lá, faz e envia pra cá.”

Alguns processos, como a preparação prévia da trama da luminária são de autoria dos produtores, como ressalta o artesão 4: “Não, nós mesmo que resolvemos ser assim. Nós resolvemos fazer isso para diminuir o nosso trabalho quando chega um pedido.”

Entretanto isto se dá por um motivo específico, que seria este: os prazos para as encomendas são dados pelo Gestor 2, e nunca correspondem ao tempo real de produção, pois “É porque é assim, ele dá um prazo, vou dar um prazo de um mês, dois. Sim ele pode dar um prazo de um mês ou dois, e para ele é um prazo longo, mas para um grupo de quatro pessoas não é prazo longo, para fazer tudo, dependendo da quantidade da encomenda.” (artesão 3). Outro problema em relação a estes prazos é o preparo do tear, como explica o artesão 1: “Ele deveria colocar assim quando ele fechar uma encomenda, tirando pelo menos uma semana, só pra eles, só pra preparar os tear.”

A produção propriamente dita é feita por encomenda, não havendo estoques prontos. Embora os artesãos saibam fazer todas as etapas de todas as peças, a divisão do trabalho ocorre por gosto pessoal, como sublinha o artesão x: “Só tem dois produtos aqui que ninguém quer fazer: É costurar luminária de trança ninguém quer só quem está costurando, sou eu por enquanto.”

5.4.5 Pagamento

Sobre o pagamento da referida produção, na entrevista para Douek, em 2012, Gestor 2 diz que “Em relação à questão financeira, de agosto de 2011, quando iniciamos o processo de comercialização, até agora, os catorze artesãos fundadores já tem uma renda média de R\$ 1 mil por mês. Para mim, está ótimo. Espero que os sessenta consigam atingir esse patamar. “

Já Para Machado, em 2017, Gestor 2 diz que “A renda média era muito baixa. Com o trabalho na Fellicia, os artesãos recebem o fixo de 600 reais mais o valor referente às vendas. O aumento foi expressivo, em torno de 500%”.

Ainda sobre pagamentos, ele diz na mesma entrevista que “Trabalhamos com um conceito de fundo de inovação em que os artesãos recebem 50% da receita das vendas e um adicional fixo, e reinvestimos os outros 50% no próprio negócio”. Esta questão do reinvestimento já tinha sido mencionada neste capítulo, embora os percentuais não houvessem sido revelados, apenas que uma parcela se destinaria ao IPTI, e outra a Associação.

Porém as falas dos artesãos divergem quanto a estes números. O artesão 3 diz que “Porque é assim... ele (Gestor 2), para não ficar parado quando não tem pedido [...] o que acontece? Ele dá um custo de R\$ 500,00. Dá o carro, tudo, carro para gente. Ele dá um custo para cada um para não ficar parado aí a gente vai tirando material vem aqui faz uma trama para deixar aí. Aí quando ele chegar pede uma, duas, três cortinas para fazer, a gente já vai adiantando aquelas três cortinas que é para fazer.” Estes quinhentos reais mensais mais o transporte, somaria os seiscentos que ele menciona em 2017. Entretanto o transporte não é pago individualmente, este valor, de cem reais é para que todos os artesãos que necessitem deste transporte façam uso deste dinheiro.

Ainda sobre pagamento mensal e produção, cabe a ressalva que este valor extra é pago “Só quando tem encomenda grande” (artesão 3). Havendo um caso em

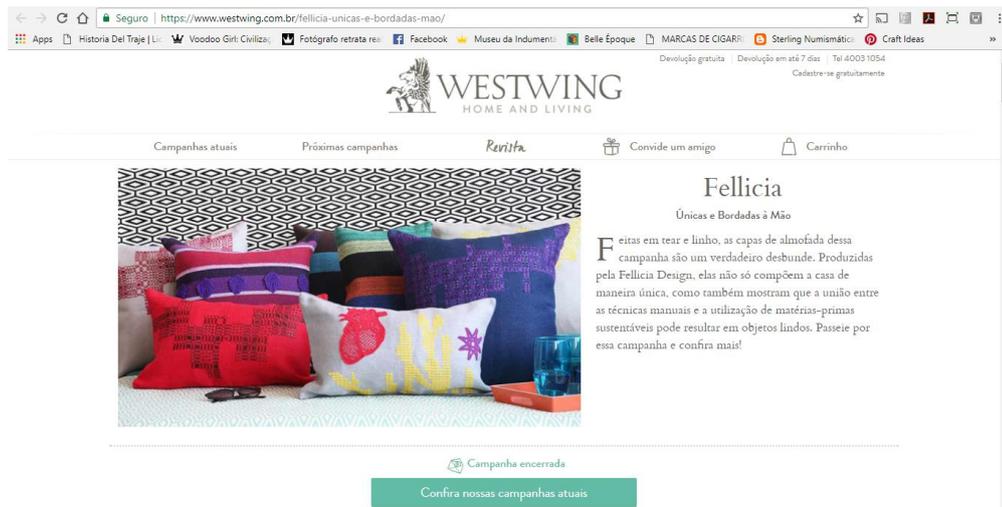
que houve desconto da produção, como explana o artesão 4: “(...)foi uma produção de 2 mês, ne? E dentro dessa produção de 2 mês, ele (Gestor 2) tava pagando os quinhentos... na produção, ele descontou da produção o dinheiro que tinha pagado a nós. Porque antes ele pagava [...] tava pagando os 500, mas não descontava da produção. Aí na hora que a gente entregava a produção, ele ia fazer as conta e pagava tudo. Pagava no mês que a gente recebia a produção. Mas dessa vez, ele descontou tudo.” O fato “Não aconteceu mais porque a gente reclamou com ele.” (artesão 4).

Conclui-se então, que os artesãos ganham mensalmente quinhentos reais cada. A este valor, é acrescido cem reais para transporte, utilizados por 2 artesãos que não residem em Santa Luzia. Em pedidos grandes, recebem a quantia mensal mais valor por produção, que varia. Não há falas dos artesãos mencionando a porcentagem que é revertida para o IPTI ou para a Associação. O que configuraria um pedido grande também não é mencionado. Sabe-se pela entrevista concedida a Machado que “o preço mínimo da linha de luminárias é de 5.500 reais”, mas não que quantidade das mesmas faria com que os artesãos tivessem um acréscimo na renda. Na mesma entrevista, há o relato que a receita da empresa varia muito, podendo ser de cinco mil ou cinquenta mil.

5.4.6 Canais de distribuição

No que tange o acesso a mercados, A Fellicia já fez campanha para a *Westwing*⁹ de almofadas feitas em tear com bordados. Os associados não mencionaram o trabalho no tear que não tenha como matéria prima fibra vegetal assim como não mencionam bordados.

⁹ segundo a própria empresa, que vende decoração e design e está presente em 14 países, ela é o maior e-commerce desta categoria no Brasil. disponível em <https://www.westwing.com.br/about-us/>

Figura 07 – Campanha na *Westwing*

Fonte: Site da Westwing, ANO 2019

Na imagem acima pode ser lido: “Feitas em tear e linho, as capas de almofada dessa campanha são um verdadeiro desbunde. Produzidas pela Fellicia Design, elas não só compõem a casa de maneira única, como também mostram que a união entre as técnicas manuais e a utilização de matérias-primas sustentáveis pode resultar em objetos lindos. Passeie por essa campanha e confira mais!”

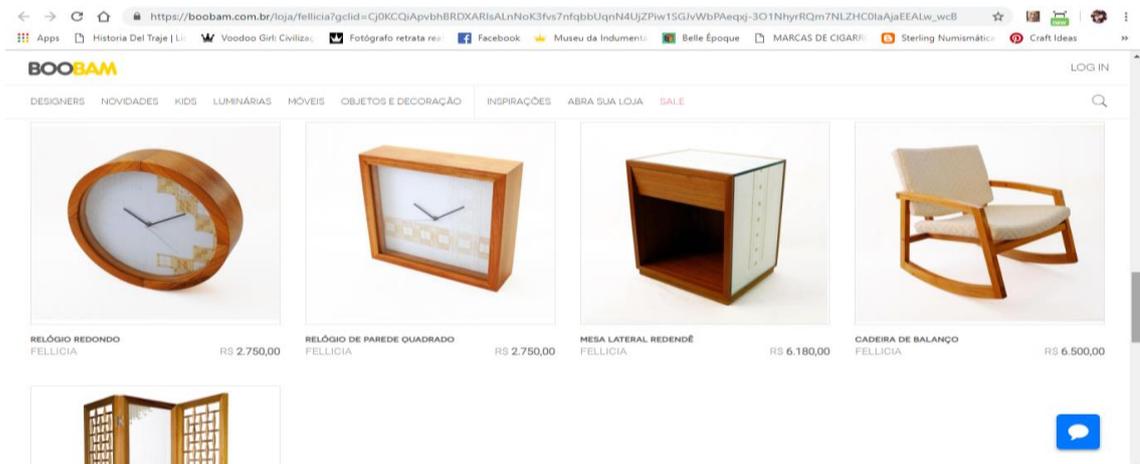
Há também um perfil na Loja on-line *BooBam*, que afirma vender design autoral brasileiro sem intermediários.

Figura 08 – Reprodução do espaço da Fellicia na *BooBam*

Fonte: Site da *BooBam*, 2019

Ressalta-se que entre os produtos oferecidos sob a marca Fellicia neste site, há relógios, redes de dormir, almofadas, luminárias bordadas em parceria com os irmãos Campana, moveis como cadeiras e biombos, porém nenhum artefato em fibra vegetal.

Figura 09 – Alguns produtos da Fellicia ofertados na loja on-line BooBam



Fonte: Site da *BooBam*, 2019.

De acordo com Machado, 2017, ainda a empresa conta também com showroom próprio em São Paulo, para receber clientes, aberto em 2016. Este fato só foi possível com a entrada da nova sócia da Fellicia, Y¹⁰, pertencente a família de Gestor 2, fato este ocorrido em 2015. Não há menção deste fato pelos artesãos, o que sugere o não conhecimento desta conjuntura.

Outra maneira de adquirir os produtos da Associação é por meio de encomendas. Entretanto, é importante ressaltar que os artesãos não têm controle sobre as mesmas. Com exceção de jogos americanos, que podem ser encomendados diretamente com os artesãos os outros produtos são negociados com Gestor 2. Este fato fica claro na fala do artesão 3: “Os jogos americano a gente pode resolver aqui, né? [...], mas cortina, luminária, essas coisas assim a gente tem que passar o contato dele (Gestor 2) para ele entrar em contato pela empresa.”

¹⁰ Por questões legais, o nome será omitido.

5.4.7 Promoção

Um importante meio de se conseguir encomendas para a Associação é através da divulgação da mesma. Para isto, a empresa Fellicia conta com diferentes meios sejam jornais, revistas, e até mesmo visitas presenciais a sede. Em algumas destas visitas, os artesãos são a pauta, embora não saibam muito bem o propósito da entrevista, como mencionam os artesãos 2: “[...] Quinze dias, que veio aqui um monte de gente. Doze pessoa falando aí.” Ao serem indagados sobre quem eram, o artesão 3 foi categórico: “Não sei, foi Z¹¹ (funcionária do IPTI) que trouxe.”

Há momentos em que outras pessoas utilizam o espaço da Associação para promove-la como foi caso de um jornal de Londres. Ao serem perguntados se os artesãos estavam na foto, a resposta dada pelo artesão 3 foi: “Não, só foi de Gestor 2, com os produtos. E a entrevista que ele deu lá.”

Entretanto, a artesã Felícia é anunciada sozinha em diferentes momentos, tais como no site do IPTI, em que conta sua história de vida. De acordo com seu depoimento no vídeo, com o pai e avô doentes, desde criança a artesã trabalhava com avó catando aratu no mangue. Tinha o desejo ser artesã, sonho conquistado com o trabalho do IPTI.

Figura 10 – Cena do Curta sobre a artesã Felícia



Fonte: www.ipti.org.br, 2019

Machado, 2017, relata na sua introdução a entrevista com que Felícia:

¹¹ Por questões legais, o nome será omitido.

Nasceu e cresceu sobrevivendo em uma economia baseada na pesca de aratu (caranguejo típico de manguezais do Nordeste brasileiro), em uma cidadezinha com 13 mil habitantes no interior de Sergipe, Santa Luzia do Itanhy. Além de saber pescar, atividade que aprendeu ainda menina, também trabalhou no campo preparando a terra para a plantação de capim. Casou muito nova, teve três filhos, sofria violência doméstica e por muito tempo trabalhou em troca de comida e teto na fazenda do sogro. Hoje, sua realidade é muito diferente. A artesã agora é também empreendedora e empresta seu nome à empresa que ajudou a construir, a Fellicia, e assina peças de decoração feitas a partir da tecelagem de fibras vegetais ao lado de importantes designers, como os Irmãos Campana, atendendo ao mercado de luxo no Brasil e começa a ir para o exterior.

Ainda na mesma entrevista, atribui-se esta fala a mesma artesã: “Quando surgiu a oportunidade de ser artesã, eu não tive apoio. Meu marido não acreditava em mim, e nem no projeto. Ele jogava de volta no mato toda a fibra que eu colhia. Mas hoje é ele quem vai colher o material, é ele quem trabalha pra mim”.

Importante deixar claro que a artesã não é a cômputo do membro da Associação do sexo masculino. Sendo assim, não é o esposo da artesã que colhe a matéria prima. Seu esposo e sua participação nas atividades da Associação nunca foi mencionado em nenhum dos encontros.

Ainda sobre divulgação, a questão da presença na web em canais próprios para divulgação é outro ponto a ser ressaltado. Além de página própria na internet com catálogo em versão em português e inglês datado de 2013¹², há também uma conta na rede social Instagram, identificada por @felliciaoficial.

Figura 11 – Reprodução da página da empresa



Fonte: Site da Fellicia, 2019.

¹² Disponível no anexo C deste trabalho

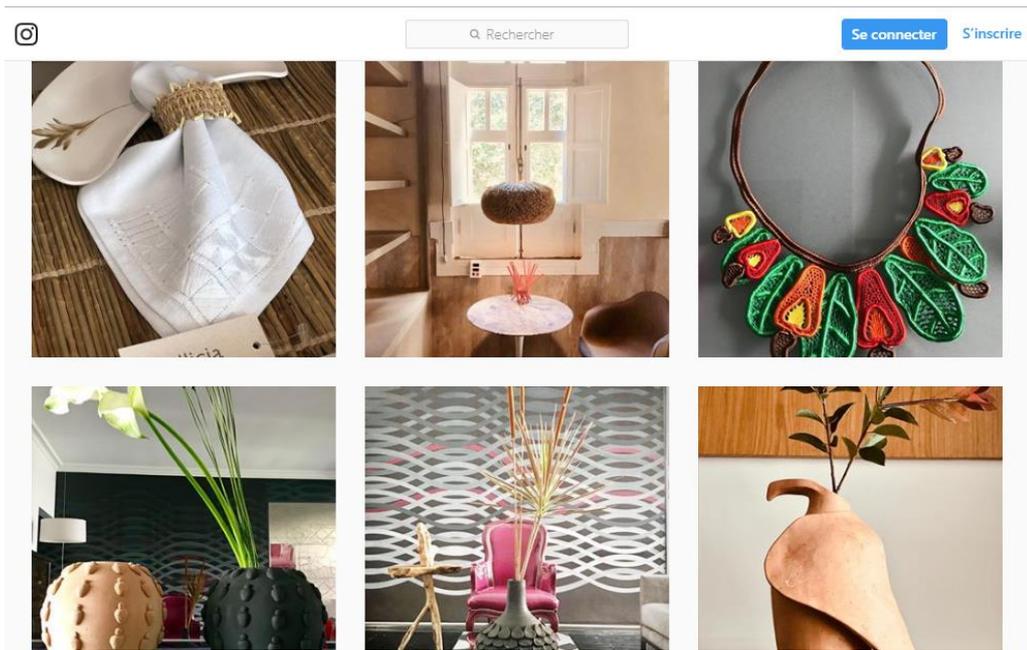
Neste perfil do Instagram, a marca da empresa é diferente da apresentada no catálogo, como nos mostra a figura 9. Das 324 publicações realizadas até o dia 13 de janeiro de 2019, os artesãos da Associação estão presentes em apenas quatro. Dentre essas quatro fotos, existe uma que a artesã Felícia figura sozinha, com a legenda do texto de Machado (2017), sobre seu marido trabalhar para ela. Há outras duas publicações com artesãos não identificados, não pertencentes a Associação Cultura em Foco de Sta. Luzia do Itanhy. Os irmãos Campana, bem como Gestor 2 também aparecem em algumas das postagens. A maioria absoluta destas postagens consiste em fotos dos produtos, sejam estes em ambientes ou em close-up, como mostra a figura 10. Em alguns momentos, modelos são utilizados.

Figura 12 – Visão geral da conta do Instagram da Fellicia



Fonte: Instagram, 2019.

Figura 13 – Produtos anunciados na conta @felliciaoficial



Fonte: Instagram, 2019.

Importante ressaltar que diversos produtos, tais como joias, cerâmica ou bordados e rendas não são sequer mencionados pelos artesãos da Associação Cultura em Foco, porém são vendidos pela marca Fellicia.

5.4.8 Associação Cultura em Foco em relação ao desenvolvimento sustentável local

Quadro 24

Dimensão	Caracterização	Situação na Associação Cultura em Foco	Cenário
----------	----------------	--	---------

<p>Ambiental</p>	<p>Diz respeito ao manejo dos recursos disponíveis, para que os mesmos estejam disponíveis para as gerações futuras.</p>	<p>Parcialmente Atendida</p>	<p>Os membros da Associação sabem manejar a retirada das fibras e seu armazenamento de modo a prevenir perdas ou mesmo a extinção de determinada espécie. Porém, estas fibras, embora abundantes na região, localizam-se em propriedades não pertencentes a Associação. Este fato pode comprometer sua retirada no futuro, caso os proprietários desejem fazer diferentes usos destes terrenos.</p>
<p>Econômica</p>	<p>Relaciona-se não somente com a agregação de valor e acesso a mercados. Diz respeito também a melhores condições de vida do produtor nos aspectos de saúde, moradia, educação e alimentação.</p>	<p>Parcialmente atendida</p>	<p>Embora os produtos feitos pela Associação tenham valor agregado e atendam o mercado de luxo principalmente do Sul e do Sudeste, este fator não é traduzido na melhora de condições de vida de seus Associados.</p>

Social	Refere-se as potencialidades dos atores envolvidos e sua autonomia.	Parcialmente atendida	A despeito dos relatos dos artesãos sobre a dificuldade do ofício anterior-marisqueiras em sua maioria- suas potencialidades criativas não são levadas em consideração. Ressalta-se também a ausência da autonomia em relação a decisões relacionadas a Associação.
---------------	---	-----------------------	---

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como relatado anteriormente, o Projeto Cultura em Foco foi escrito enquanto sua criadora ainda estava em São Paulo, recebendo dados da Secretaria de Assistência Social, sem ter contato direto com o lugar e as pessoas envolvidas. Este fato, por si só destinaria o projeto ao fracasso, segundo Borges (2011), pois as condições de vida e produção dos atores não foram observadas *in loco*.

Então, ao invés de um artesanato de referência cultural, que é trabalhado entre designers e artesãos, com traços culturais marcantes, têm-se na verdade a implantação do fazer artesanal na cidade de Santa Luzia do Itanhy.

Entende-se que esta implantação, ao invés da intervenção não seja algo fácil de ser feito. Há o estranhamento da atividade em uma região com outras tradições, assim como há crenças enraizadas de que “trabalhei, devo receber”, o que é incompatível com o processo de aprendizado proposto.

Entretanto, a partir do relato dos resultados do Projeto Cultura em Foco no site do IPTI, chega-se à conclusão que a tarefa foi conduzida com maestria. A criação da Associação e sua parte comercial a Fellicia, somado aos relatos de para Douek e Machado confirmam o sucesso da empreitada.

Porém, um exame mais minucioso deste processo sugere diversas imperfeições. Estas imperfeições seriam vistas a olho nu, se estes olhos estivessem atentos. Porém, ao se analisar os fatos tendo em vista os arcabouços teóricos aqui estudados, constata-se que estas irregularidades chegam a ser dolorosas.

Um ponto crucial para um grupo produtivo é a aquisição de sua matéria-prima. Trabalhando com fibras vegetais abundantes em matas da região, e tendo ciência de não as retirar indiscriminadamente, tem-se o abastecimento desta matéria-prima por período indeterminado. Entretanto, essas fibras encontram-se em diferentes áreas, não pertencentes a Associação. Ou seja, se os donos destes terrenos o destinarem para outros fins, poderá haver escassez destas fibras.

Há também o acesso a outros insumos necessários, tais quais os materiais para confecção das luminárias, o grupo depende inteiramente de materiais enviados de São Paulo ou comprados pelo IPTI em Aracaju, o que gera uma dependência de terceiros para que sua produção aconteça.

No que diz respeito a produção o projeto permitiu o aprendizado de um novo ofício, o que acarretou uma melhora na autoestima e de renda em relação a

profissão de marisqueira, anteriormente desenvolvida por membros do grupo. Sublinha-se o sonho alcançado por dona Fellicia, de ser artesã, aproveitando-se de seu talento pessoal para a atividade através de sua escolha, como exposto por Veiga.

Além disso, a nova ocupação permitiu aos artesãos criarem laços entre si, terem experiências diversas, como viagens e contatos com outros artesãos. Cita-se também como positivo o arranjo desenvolvido por eles quando não estão em período de produção intensa, que permite a possibilidade de horários flexíveis permitindo a realização de outras atividades. Netos em períodos de folga também os visitam na sede, passando o dia com os avós.

Porém, essas benesses não são vistas como vantajosas pela população ou até mesmo pelos artesãos que participaram do Projeto Cultura em Foco e trabalham apenas por produção, de acordo com a necessidade da encomenda. A Associação continua com número reduzido de participantes, sem que os mais jovens se interessem pela profissão.

Há também o fato de só possuírem um membro do sexo masculino. Isto pode causar problemas em relação a colheita da matéria prima ou colocação dos revestimentos de parede, serviço oferecido pela Associação e realizado somente por ele. Somado a isto, tem se a conjuntura de o grupo produtivo ser formado por pessoas em idade avançada. Se por um lado isto é favorável, pois inclui uma parcela da população que tem dificuldade de se inserir no mercado de trabalho, por outro lado há o envelhecimento destes artesãos que eventualmente pararão a produção da atividade econômica e se dedicarão a outras atividades, processo este inerente ao ser humano. Sendo assim, caso não haja a entrada de novos membros a Associação se extinguirá.

Um outro aspecto relacionado a produção é que os artesãos criaram mecanismos distintos do ensinado em relação a feitura dos objetos de acordo com suas necessidades. Como exemplo cita-se o preparo de certas partes da luminária antes mesmo do pedido ser feito. Entretanto, isto advém de uma adversidade por eles enfrentada que é o prazo insuficiente para entrega dos pedidos.

Esta não fixação de prazos pelos artesãos esbarra novamente na questão da autonomia, já questionada no que diz respeito aos insumos vindos de São Paulo. Além de não fixar os próprios prazos, outro agravante é que o preço dos produtos não é decidido pelos mesmos. Os artesãos sequer sabem o preço do que produzem,

além de não poderem dialogar diretamente com o cliente, ficando esta atividade a cargo de Gestor 2.

Um novo aspecto ainda conectado a temática da produção é que, embora esta intervenção tenha permitido competitividade para os produtos confeccionados em Santa Luzia, que alcançam o mercado de luxo e continuam gerando novos modelos, os artesãos não participam ativamente desta criação. Suas potencialidades criativas não são levadas em conta.

E ao se conectar o tema do mercado de luxo com os preços praticados pela empresa que comercializa os produtos manufaturados pela Associação, tem-se um importante indicador do DSL, que seria o econômico. Então, é feita a pergunta, que se direcionada aos artesãos da Associação, ficará sem resposta: quanto custa uma luminária da Fellicia?

Esta pergunta gera ainda outras, ligadas a diferentes indicadores do DSL: Qual a porcentagem desta venda é revertida para a Associação, e conseqüentemente, melhora das condições de vida de seus associados, como relatou Gestor 2 a Machado (2017)? Os quinhentos reais repassados mensalmente aos artesãos correspondem a que porcentagem da venda mensal da empresa?

Se os próprios associados não conseguem responder a estas perguntas, colidimos novamente com a completa ausência de autonomia por parte dos artesãos. E autonomia é um dos preceitos fundamentais do DSL.

Ainda sobre autonomia, temos uma questão crítica, que seria os diferentes produtos que a Fellicia comercializa. Parcerias com os irmãos Campana, e diversos objetos com diferentes tipos de bordados além de peças com pedras naturais são anunciados pela marca, como mostrado anteriormente. Em 2013, houve um novo projeto ligado ao IPTI para o fomento do artesanato¹³ Atendendo artesãos de Paulo Afonso (BA), Poço Redondo (SE), Piranhas (AL), Pão de Açúcar (AL) e Poço Verde (SE). De acordo com o instituto, 147 artesãos foram beneficiados pelo projeto.

Este fato explicaria parte do leque de produtos ofertados pela empresa. Porém, estes produtos são anunciados como produzidos em Santa Luzia, utilizando a imagem da artesã Felícia e sua possível história de vida. Isto fica patente na

¹³ disponível em <http://www.ipti.org.br/pt/tecnologia-design-e-inovacao-no-artesanato/> acessado em jan. de 2019.

entrevista para Machado, quando Gestor 2 menciona “150 membros da Associação dos Artesãos de Santa Luzia Itanhy”; o que não corresponde a realidade.

Sublinha-se que os artesãos também não mencionam outros produtos que não os feitos a partir de fibra vegetal, ou grupos produtivos, o que sugere o desconhecimento dos mesmos, como relatado anteriormente. Entende-se, então, que a admissão de membros e produtos ofertados pela Associação, bem como sua gerência, não está a cargo dos artesãos de Santa Luzia. O que pode ser observado é a subordinação da Associação a empresa Fellicia, empresa esta que foi criada supostamente para escoar a produção da referida associação.

Sendo assim, não há um equilíbrio entre as áreas social, econômica e ambiental no fazer da Associação Cultura em foco. O aspecto ambiental é parcialmente satisfeito através do uso racional de sua principal matéria prima. Entretanto, como dito anteriormente, a Associação não detém os terrenos onde se encontram estas matérias primas, sendo, portanto, impossível de determinar o que acontecerá a longo prazo com estas fibras vegetais, caso os proprietários destas áreas decidam fazer outro uso das mesmas.

No que diz respeito a área social, embora tenha havido melhoras, tais como a criação de laços afetivos e melhora da auto estima, há a gritante ausência de autonomia que compromete não somente o aspecto social, como também o econômico.

Ao não ter esta autonomia, a Associação se comporta mais como fornecedora da empresa Fellicia, ganhando salários abaixo do mínimo fixado para 2017, que era de R\$ 937,00¹⁴, trabalhando em condições insalubres em sua sede, o que atesta a completa ausência de DSL na localidade.

Uma transparência maior em relação as contas da empresa, bem como sua relação com outros artesãos faz-se necessária. Entretanto esta medida por si só não mudará drasticamente o modo de produção dos artesãos e seus resultados. A área econômica, e a social continuam seriamente afetadas sendo necessário uma revisão dos procedimentos que estão relacionados a criação, acesso a mercado e planejamento do futuro deste grupo produtivo, além de uma aproximação com a cidade que vivem, gerando novos aprendizes e associados, para que se verifiquem resultados mais sustentáveis na localidade.

¹⁴ de acordo com http://www.guiatrabalhista.com.br/guia/salario_minimo.html, acessado em 10 de janeiro de 2019

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Ana; CAVALCANTI, Virginia. **Imaginário pernambucano: design, cultura, inclusão social e desenvolvimento sustentável**. Recife: Zoludesign, 2006.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da Ciência: Filosofia e Prática da Pesquisa**. 2º Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

AZEVEDO, Lucyana de. **O design e as políticas de apoio ao artesanato: Um Estudo de caso sobre a relação de patrocínio do grupo Teares Alegria pela Caixa Econômica Federal**. 2012. 119f. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Design: UFPE, 2012.

BARBOSA, Gisele Silva. **O desafio do desenvolvimento sustentável**. Revista Visões 4ª Edição, Nº4, Volume 1 - Jan/Jun. 2008.

BARROS, Aidil de Jesus Paes de; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson, 2007.

BARROS, Luiz Antonio. **Design e artesanato: as trocas possíveis**. 2006. 132 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/9596/9596_1.PDF>. Acesso em jan. 2016.

BONSIEPE, Gui. **Identidade e contra identidade do design**. Cadernos de estudos avançados em design; pág.- 63 a 76. EdUEMG: Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais. Barbacena, MG, 2010.

_____. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo, Blucher, 2011.

O terceiro setor – significado e sua história no Brasil. Disponível em: <<https://www.bhbit.com.br/terceiro-setor/o-que-e-terceiro-setor-significado/>>. Acesso em out. 2018.

BORGES, Adélia. **Design mais artesanato: o caminho brasileiro**. 1ª ed. São Paulo: Editora Terceiro nome, 2011.

BUARQUE, C. Sérgio. **Construindo o desenvolvimento sustentável: metodologia e planejamento**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

CANAAN, Raquel Pereira; TEIXEIRA, Maria Bernadete. **Possibilidades de Contribuição do Design em Arranjos Produtivos Locais: um estudo de caso no setor de gemas e joias**. Universidade do Estado de Minas. 11 PeD, Gramado, RS, 2014.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**, Vol. 1. 2º ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAVALCANTI, Virginia Pereira; et al. Metodologia de Design: a conexão sustentável entre as produções artesanal e industrial. In: **Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo: Centro Universitário Senac, 2008.

_____. **Sustainable Local Development and the Model for Design Intervention – Craftwork**. Disponível em: <<http://www.oimaginario.com.br/novo/artigos.html>>. Acesso em nov. 2017.

CAVALCANTI, Clóvis (Org.) **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. INPSO/FUNDAJ, Instituto de Pesquisas Sociais, Fundação Joaquim Nabuco, Ministério de Educação, Governo Federal, Recife, Brasil, 1994.

CESTARI, Glauba Alves do Vale; GUIMARÃES, Márcio J. Soares; CARACAS, Luciana Bugarin: **Saberes tradicionais e interações na produção de artefato cerâmico na comunidade quilombola de Itamatatua – MA**. Universidade Federal do Maranhão, 11 P e D, Gramado, RS, 2014.

CORAZZA, Rosana Icassatti; BONACELLI, Maria Beatriz Machado; FRACALANZA, Paulo Sergio. **Três Visões Sobre Sustentabilidade e implicações para a avaliação em Ciência, Tecnologia e Inovação**. Disponível em <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/2636>, acessado em dez. de 2018.

CORREA, Gisele Reis. **Design e artesanato: um estudo de caso sobre a semente de Juçara em São Luís do Maranhão**. 2010.141f. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Design: UFPE, 2010.

CSILLAG, João Mario. **Análise do Valor: metodologia do valor**. 2º ed. São Paulo: Atlas.1988

DEMO, Pedro. **Introdução a metodologia da ciência**. 2º edição. São Paulo. Atlas. 1985.

DIEGUES, Antonio Carlos S. **Desenvolvimento sustentável ou cidades sustentáveis: da crítica dos modelos aos novos paradigmas**. São Paulo em Perspectiva; Janeiro- Junho 1992. Páginas 22 a 29.

DOUEK, Daniel. Entrevista Gestor 2 . 2012. Disponível em <http://www.acasa.org.br/casamundo/texto/393>, acessado em 23 de janeiro de 2016.

DROSTE, Magdalena. **Bauhaus- Archiv**. Colônia. Taschen. 2001.

ESCOLA SUPERIOR DE DESENHO INDUSTRIAL (EsdI). In: Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/instituicao280406/escola-superior-de-desenho-industrial-esdi>>. Acesso em dez. 2018.

FERREIRA, Angela Sá; NEVES, Manuela; RODRIGUES, Cristina. Design e artesanato: um projeto sustentável. **Redige** v3. N1, 2012.

FREITAS, Ana Luiza Cerqueira de. **Design e Artesanato**: Uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto. São Paulo, Blucher, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 8 ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GUIMARÃES, Márcio James Soares. **Contribuições do design para o desenvolvimento sustentável da produção artesanal**. 2014. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Federal do Maranhão, São Luis.

_____. André de Souza. **Valorização do território**: uma via para o design sustentável no maranhão. 11 PeD, Gramado, RS, 2014.

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

KRIPPENDORFF, Klaus. **Design centrado no ser humano**: uma necessidade cultural. Revista Estudos em Design, Rio de Janeiro 8, 3: 87-98, 2000. Disponível em:

<http://periodicos.anhemi.br/arquivos/Hemeroteca/Periodicos_MO/Estudos_em_Design/107170.pdf>. Acesso em jun. 2016.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONE, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

LEITE, Anderson Aquiles Viana; Sehnem Simone. Proposição de um modelo de negócio sustentável para o artesanato. **Caderno Ebape**, v. 16, n.2. Rio de Janeiro, 2018, p. 264 a 285.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos sustentáveis. 3 ed. São Paulo: Edusp, 2011.

MEGGS, Philip B; PURVIS, Alston W. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify. 2009.

MELGAREJO: Erlei Roldan. **Economia criativa**: alternativa para o desenvolvimento sustentável econômico e social para os países em desenvolvimento. Disponível em: <<https://reciprocidade.emnuvens.com.br/rr/article/view/26>>. Acesso em dez. 2018.

MELO, Chico Homem de (org.). **O design gráfico brasileiro anos 60**. São Paulo: Cosac Naify. 2008.

MENDONÇA, Kelvin Borges; GOYA, Claudio Roberto y. O design e a produção artesanal em extensão universitária: Coopég, desenvolvimento de produtos em papel machê. In: **2º Conpes**: Congresso de Pesquisadores em Economia Solidária. São Carlos –SP, 2018.

MENGOZZI, Federico. **Artesanato no Brasil**. São Paulo: Sebrae. 2001.

MIRANDA, Fernando Silveira Melo Plentz. **A Mudança do Paradigma Econômico, a Revolução Industrial e a Positivização do Direito do Trabalho**. 2012. Disponível em: <<http://www.facsao Roque.br/novo/publicacoes/pdf/v3-n1-2012/Fer1.pdf>>. Acesso em abr. 2016.

MORAES, Dijon de. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

MULTICULTURALISMO. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3186/multiculturalismo>>. Acesso em dez. 2018. Verbetes da Enciclopédia.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. **Trajatória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142012000100005&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em dez. 2018.

NONATO, Clarissa Borges. **A rede nossa de cada dia: um estudo de caso sobre a rede de dormir artesanal na Associação Xique-Xique em Pedro II-Piauí**. 2015. 162f. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Design: UFPE, 2015.

ONO, Misuko Maristela. **Design, Cultura e Identidade, no contexto da globalização**. Revista Design em Foco 2004, I. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66110107>>. Acesso em out. 2017.

PARODE, Fábio; BENTZ, Ione; ZAPATA, Maximiliano. Design estratégico e artesanato: ressignificação, arte e sustentabilidade. In: **12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**, 2016. Belo Horizonte.

PORTELA, Raiana Lima. **Território e identidade: O caso da associação cerâmica das mulheres de Itamatatua**. Universidade Federal do Maranhão. 11 PeD, Gramado, RS, 2014.

PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior. 10º ed. Rio de Janeiro: Editora Campus.1990.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da Cultura e desenvolvimento sustentável: O caleidoscópio da cultura**. São Paulo: Manole, 2007.

ROIZENBRUCH, Tatiana Azzi. **O jogo das diferenças: design e arte popular no cenário multicultural brasileiro**. 2009. 105. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi-Morumbi, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://ppgdesign.anhembi.br/wp-content/uploads/dissertacoes/35.pdf> >. Acesso em jan. 2016.

ROSENDO, Fátima de Matos. **Santa Luzia do Itanhi: conhecendo nossa história**. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/santa-luzia-do-itanhi-conhecendo-nossa-historia/37228/>, acessado em jan. de 2019.

RUIVO, Inês Secca. **Artesanato e design para a sustentabilidade: um novo paradigma do século XXI**. Disponível em: <https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/4517/1/ArtesanatoDesignParaSustentabilidade_UmNovoParadigma_doS%C3%A9culoXXI_InesSeccaRuivo.pdf>. Acesso em dez. 2018.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento Includente, Sustentável, Sustentado**. Garamond, Rio de Janeiro, 2004.

_____. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SAIKALY, Fatina; KRUCKEN, Lia. Design de plataforma para valorizar identidades e produtos locais. **Cadernos de estudos avançados em design**; p. 35 a 48. EdUEMG: Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais. Barbacena, MG, 2010.

SERAFIM, Elisa Feltran. **Design e Artesanato**: análise de modelo de atuação de design junto a grupos de produção artesanal. 2015.149f. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Design: UFPE, 2015.

SOUZA, P.; FACTUM, A. **O papel do design na promoção de Comércio Justo e Solidário**. In: Cultura Visual, n. 12, outubro/2009, Salvador: EDUFBA, p. 125-136

TABOSA, Tibério et al. **Modelo de Análise da cadeia produtiva do artesanato**. Recife. 2013. Projeto 1111/12. Patrocinado pelo Funcultura.

_____. **Modelo de Análise da cadeia produtiva do artesanato**: Fase II. Recife. 2014. Projeto 1565/13. Patrocinado pelo Funcultura.

_____. **Modelo de Análise da cadeia produtiva do artesanato**: Fase III. Recife. 2016. Projeto 1703/14. Patrocinado pelo Funcultura.

TABOSA, Tibério C. M.; FERNANDES, Nelson C. M. **A Ação Cultural na Cadeia de Produção/Circulação/Recepção do Artesanato**: o caso das bonecas solidárias de Gravatá PE. Anais do IX Congresso da Sociedade Brasileira de economia, Administração e Sociologia Rural SOBER 2014, Caruaru PE, Outubro, 2014.

ULLMANN, Christian. Não falta fibra. **Abc design**, n. 28, Curitiba: Infolio, 2009.

_____. A sustentabilidade na prática. **Abc design**, n. 24, Curitiba: Infolio, 2008

VALENTIM, Cláudio. **Artesanato e arte popular**- mãos que constroem histórias. Disponível em: <<http://revistasagarana.com.br/artesanato-e-arte-popular-maos-que-constroem-historias/>>. Acesso em dez. 2018.

VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento sustentável, o desafio do século XXI**. Garamond, Rio de Janeiro, 2005.

VEIGA, José Eli da; ZATS, Lia. **Desenvolvimento sustentável**: que bicho é esse? Editora Autores Associados: Campinas, SP, 2008.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Bookman. São Paulo. Sp. 2003.

Termo de referência de atuação do sistema SEBRAE no artesanato, disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/acoes-do-sebrae-incentivam-artesanato-brasileiro,d5787b008b103410VgnVCM100000b272010aRCRD?origem=segmento&codSegmento=3>, acessado em dez. de 2017.

Base conceitual do artesanato brasileiro, disponível em: <https://docplayer.com.br/7335-Base-conceitual-do-artesanato-brasileiro.html>, acessado em jan. de 2019.

<http://artisol.org.br/comercio-justo/>, acessado em dez. de 2017

http://artisol.org.br/rede/membro/programa_do_artesanato_brasileiro_pab, acessado em jan. de 2019.

<http://www.oimaginario.com.br/site/>, acessado em jan. de 2019.

<http://www.fellicia.com.br/>, acessado em jan. de 2016.

<http://www.ipti.org.br/pt/cultura-em-foco/>, acessado em jan. de 2016.

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/artesanato>, acessado em jan. de 2016.

<http://artesanatosebrae.blogspot.com.br/>, acessado em jan. de 2016.

<http://wdo.org/about/definition/>, acessado em jan. de 2019.

<https://projetodraft.com/a-fellicia-transforma-fibras-em-objetos-de-decoracao-de-luxo-e-esta-mudando-a-vida-de-artesaos-de-sergipe/> acessado em 10 de janeiro de 2019
https://boobam.com.br/loja/fellicia?gclid=Cj0KCQiApvbhBRDXARIsALnNoK3fvs7nfqbUqnN4UjZPiw1SGJvWbPAeqxj-3O1NhyrRQm7NLZHC0IaAjaEEALw_wcB
 acessado em jan. de 2019.

<http://www.ipti.org.br/pt/tecnologia-design-e-inovacao-no-artesanato/>, acessado em jan. de 2019.

Santa Luzia do Itanhi- As origens do Sergipe disponível em

<https://www.youtube.com/watch?v=MYEki7c4rno>, acessado em jan. de 2019.

<https://www.visiteobrasil.com.br/nordeste/sergipe/polo-costa-dos-coqueirais/historia/santa-luzia-do-itanhy> acessado em jan. de 2019.

<http://www.sergipeturismo.com/artesanato-sergipano/> acessado em jan. de 2019

<https://www.destaquenoticias.com.br/artesanato-sergipano-esbanja-criatividade/> acessado em jan. de 2019.

Tear manual parte 1 disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=yAY4PrHdvqA> acessado em jan. de 2019.

Tear manual parte 2 disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=6E4HeMIMMVA> acessado em jan. de 2019.

Tear manual parte 3 disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=yWZZDebPySs> acessado em jan. de 2019.

Tear manual parte 4 disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=w-mpD9HNZ-c> acessado em jan. de 2019.

Tear manual parte 5 disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=6ar2immvS5Q> acessado em jan. de 2019.

APÊNDICE A - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM OS ARTESÃOS

Observações acerca do processo:

- Na transcrição, procura-se respeitar ao máximo a fala dos entrevistados, mesmo quando incorrem em erros de linguagem.
- Os diálogos de terceiros reproduzidos durante a entrevista, ou mesmo do entrevistado com terceiros aparecerão entre aspas.
- As reticências indicam a não conclusão do pensamento/fala.
- A fala do entrevistador está representado em negrito
- Falas consideradas não necessárias para a pesquisa não foram transcritas, havendo apenas a indicação do assunto.
- Os responsáveis pelo IPTI e o projeto “Cultura em foco” serão indicados como “Gestor 1” e “Gestor 2”, respectivamente
- Para preservar a identidade dos entrevistados, não usaremos nomes, numerando-os.
- Em alguns momentos, esses números serão retirados substituindo-os por um X (Artesão X), por entender que a fala pode permitir a identificação do autor

E aí vocês fizeram o Cultura em foco e depois se transformou na Fellícia e tão aí até hoje. Foram 60 artesãos no cultura em foco, não foi?

Artesão 4: Sessenta?

Ou mais?

Artesão 4: Com os outros projetos né? É, entre os outros projetos, é.

Artesão 3: Aqui entrou na faixa de 16.

Artesão 4: Foi.

Artesão 3: Só resta quatro.

Artesão 4: Quatro.

Porque só restam 4? O que aconteceu com os outros 12?

Artesão 3: Porque assim... a maioria queria que desde que o projeto começasse já era pra ganhar dinheiro, já era pra ganhar dinheiro já e se beneficiar. A gente passamos aqui um ano de aprendizagem só para aprender e divulgar as amostras. Foi um ano de aprendizagem para depois de um ano a gente começando a divulgar os trabalhos devagar. O prefeito Adauto comprou umas cortinas e a secretaria de educação comprou outra cortina e daí foi quando a gente começou a evoluir.

Esse ano de aprendizagem ainda foi no projeto, não foi isso?

Artesão 3: Foi.

E essas encomendas foram dentro do projeto?

Artesão 1: Dentro do Cultura em foco também.

Artesão 3: Dentro do projeto.

E aí depois da Fellicia vocês fizeram...?

Artesão X: E aí, depois do projeto, Gestor 2 entrar em contato com Felícia veio aqui fazer uma pesquisa aqui para encontrar o nome de uma pessoa aqui para fazer uma empresa lá em São Paulo, para poder essa empresa ficar mais fácil de comercializar. Aí foi quando formou a empresa Felícia.

Por que Felícia? Por que não Z? Por que não W?

Artesão 3: Porque o Gestor 2 disse que achou a coisa mais linda o nome dela. (Risos).

Mas é legal o nome dela...

Artesão X: Aí a gente disse que a empresa é laranja qualquer coisa quem se arrebenta é ela. (Risos) Rapaz, você não grava essas coisas. (Risos de todos)

Não, mas aqui é a opinião de vocês... Vocês acham que é isso, é isso, não posso...

Artesão 3: Né isso não, nós tamos brincando. (Risos)

E aí o Cultura em Foco terminou em... 2011, não foi isso?

Artesão 3: Foi, que foi quando o Gestor 2 formou a empresa, conversou aqui com a gente que para ficar mais fácil de comercializar tinha que ter uma empresa em São Paulo e aí os produtos iam para a empresa, e daí para o pessoal, para os clientes né?

E aí a empresa tem CNPJ, tem tudo?

Artesão 3: Tem.

Notei aqui que você tem essas fitas ne (fita adesiva com a marca da Fellicia). Fica com vocês ou não?

Todos: Fica.

Quando acaba, como faz pra repor?

Artesão 3: Aí Gestor 2 veio, mandou fazer um bocado, umas três caixas. Umas três caixas dessa fita pra cá.

O projeto disse que trabalhou... lá no site diz que trabalhou com fibra, com tecido e com raiz Aricatum?

Artesão 3: Aquele rapaz da cortiça.

Vocês trabalharam com isso também?

Artesão 3: Não, a gente não. foi um rapaz aí no Crastro (povoado de Santa Luzia do Itanhy) que ele fazia barco, fazia um bocado de enfeitozinho, trabalhando sobre esse projeto também.

Artesão 4: Com a cortiça, né?

Artesão 3: É, com a cortiça. Só que ele não quis continuar não. Porque aí teve um pedido em São Paulo e Gestor 2 mandou ele fazer umas peças, que era pra mandar pra São Paulo. Mandou que ele fizesse, que embrulhasse certinho que era pra ir prumas exposição. Eu fui, procurei ele e a resposta dele foi essa: “Ela paga quanto em cada peça dessa?”. Foi e disse não, vai pruma disposição lá.

Artesão 1: Era só pra divulgar o trabalho dele né.

Artesão 3: Tá indo divulgar.

Artesão 1: Queria era ganhar, já.

Artesão 3: Aí ele disse só posso ir se ela garantir um custo, quanto ela vai pagar e garantir a segurança deles. E aí, liguei pra Gestor 2, Gestor 2 disse “desista dele. Quero mais não.”

Aí era só esse homem que trabalhava com isso?

Artesão 3: É, só foi ele.

E a parte do tecido foi o crochê não foi? O crochê e o fuxico?

Artesão 3: Foi.

E ainda vocês trabalham com isso?

Artesão 3: As meninas ainda trabalham com isso.

Artesão 4: As outras. Nunca trabalhamos assim não, com fuxico.

Artesão 3: A gente trabalhou um tempo, no começo.

Artesão 4: A gente trabalhou no comecinho, mas quase endoido. (Risos)

Artesão 3: Que teve uma demanda aqui de fuxico aqui. Aí foram 80 almofada e parece que 12 mantas.

Artesão 1: Eu ainda fiz também.

Artesão 3: E aí foi uma demanda tão grande que eu tive que ir para Estância, tivemos que ir para Cristinápolis atrás de gente para poder fazer. E aí elas: “não, Gestor 2, nós faz”, e eu rapaz, vocês vai se arrebentar, “não, dá conta, dá conta”, e depois elas se queixando. (Risos)

Ai pronto, vocês desistiram e falaram pra Gestor 2 que não querem mais trabalhar com isso.

Artesão 4: Ficava puxado, ficava puxado.

Artesão 1: Ficava puxado pra gente.

Artesão 3: E a gente tinha o pedido da stok stok ne?

Artesão 1: É

Artesão 3: Trabalhar o dia aqui e trabalhar fuxico a noite... É vocês, quem não quer pegar sou eu. (Risos)

E Gestor 2 disse o que, que tudo bem?

Artesão 3: Gestor 2 disse que tudo bem. Aí foi que arrumou outras pessoas, teve que atrasar o pedido da entrega, aí...

Artesão 4: Mas até a entrega a gente continuou, continuou trabalhando

Artesão 3: É, continuou.

Aí vocês já fizeram... você falou da Tok Stok. Vocês fizeram mais pra onde?

Artesão 1: Pro Banese.

Artesão 4: Banese aqui em Aracaju. Três ponto Banese... quatro ponto Banese. Cinco agora né?

Artesão 3: É. Do Shopping.

Olha que legal...vocês fazem o quê pro Banese?

Artesão 3: Nós fazemos tapetes, luminárias e cortinas.

Artesão 4: E revestimento de parede.

É uma encomenda grande né?

Artesão 3: É.

Quem dá o prazo da encomenda?

Artesão 4: Hum.

Artesão 3: Gestor 2 quem passa o prazo pra gente.

Artesão 4: O chefe.

Artesão 3: Gestor 2 passa o prazo pra eles e passa pra gente né, pra gente adiantar. Quando a gente não tem pedido assim a gente não se preocupa não, mas quando a gente tem pedido a gente tem prazo de entrega. Inclusive, eu fui mais elas ai, nós foi pra Aracaju para uma agência Banese ai nós foi instalar umas luminárias e persianas.

Artesão 4: Já vai contar besteira...

Artesão 3: Não, não vou contar besteira. (fala sobre o erro do pedido: reduziram a parede para o revestimento)

E exposição, vocês já participaram de quantas exposições?

Artesão 3: Já, em Aracaju e nós fomos para Brasília. (falam sobre a viagem de ônibus)

Eita, então foi bem divertido. E aí foram pra Brasília...você sempre vão para exposição ou tem exposição... às vezes tem exposição que vocês não vão?

Artesão 3: Às vezes nós não vai não.

(Artesão 4 fala sobre o elevador do hotel em Brasília)

Então...você trabalham só com fibra? Fibra de que? Eu achei no site de vocês que tem Ouricuri, Capim estrela, Dendê, Jaraguá, Buri, Piaçava, junça.

Artesão 4: Isso. Tudo isso.

Artesão 3: E o junco.

Ainda trabalha com tudo isso?

Artesão 3 e 4: Isso.

E tudo isso vem daqui mesmo da cidade?

Artesão 3: Isso, da natureza. A gente colhe por aqui.

E aí como é que tira?

Artesão 3: (suspiro).

(A conversa sobre a retirada da fibra não pode ser reproduzida sem que o sigilo de identidade seja quebrado. Mas explicam que o artesão do sexo masculino, junto com sua esposa fazem a retirada da fibra, enquanto as outras duas artesãs fazem o beneficiamento.)

E como vocês sabem a quantidade de pegar?

Artesão X: nós faz assim... nós vai tirar uma galinhota. Um carrinho de mão... e aí nós vamos, tira, e traz para cá aí tem os talos para tirar. Se for o Aricuri e o Dendê... o buri também e a piaçava tem que tirar os talos pra botar pra secar. Como o Dendê é mais fácil de secar aqui dentro, a gente espalha e ele seca melhor e não precisa pegar o sol porque se ele pegar o sol ele resseca muito a palha. Já a palha do Ouricuri tem que ser três, quatro ou cinco dias no sol, se tiver quente para poder ele secar pra crrear.

Já teve assim momentos que vocês colocaram no sol e choveu do nada...

Artesão 3: Até demais.

Aí perde ou continua deixando lá?

Artesão 3: Ele não perde tanto assim não. Por que a gente fica botando no sol direto, mas o dendê aqui como ele molha aqui teve um bocado que perdeu como tem uns ali que eu até tive inté passando na cara de uma pessoa. (Risos)

Artesão 4: passando na minha cara como se eu tivesse culpa né (Risos). Olha, um – inaudível - desse, todo molhado não tem nem lugar para trabalhar. (Risos)

Artesão 3: Porque se a gente colocar aqui e dá uma chuvinha e a gente não vim olhar aqui, a gente vai perder o material.

Artesão 4: É, e a gente perdeu toda nossa produção, as amostras todinha as cortinas perdeu tudo... a nossa primeira obra, ói, do nosso projeto, ói, desmoronou, só tem um pedaço. Tudo molhado.

Artesão 3: Aí a chuva molhou tudo e esbagaçou tudo.

Eita... E aí todas as vezes que vocês vão tirar galinhota... vão tirar junco hoje, vão tirar um carrinho de mão...

Artesão 3: Tira um carrinho de mão cheio.

...e volta. E aí vocês fazem isso quantas vezes no mês?

Artesão X: Pronto, a gente vai fazendo assim depende o material que a gente for precisando as coisas que a gente for precisando para trabalhar porque o junco é assim ele é mais fácil de se pelejar. Vai ali no brejo e tira com três dias bota pra secar pronto, aí ele seca rápido. Agora o Ouricuri é que é o mais pior.

E isso vocês aprenderam fazendo. Vocês já sabiam ou alguém ensinou a vocês?

Artesão 4: Teve o curso.

Artesão X: Teve o curso né, mas o Junco eu já trabalhava com o Junco, fazendo esteira de animal e a palha do Adicuri também que era fazendo vassoura. Mas não para fazer persiana.

Aí você já sabe essa parte?

Artesão 3: É, é eu já sabia, essa daí eu já sabia.

Artesão 4: Só que a gente já sabia todas as partes. Agora a gente não sabia que ela veio ensinar pra que a gente tire pra não matar o pé.

Artesão 1: É, veio uma bióloga ensinar.

Porque antigamente vocês tiravam e podia matar o pé? Por que com tempo poderia morrer tudo né? De repente, vocês iam parar de trabalhar com o junco, com o...

Artesão 3: Não, o junco você pode tirar todo, no outro dia ele tá todo brotando de novo e a junça.

Artesão 4: Agora Pindoba e Dendê se tiver dois olhos tira um e deixa um.

E isso vocês não sabiam? mas o resto todo, de como tira você já sabia. Você já tirou?

Artesão 4: Todo mundo.

Todo mundo. Mas hoje em dia é só ela... como é que foi decidido que seriam eles que tira?

Artesão 4: Porque eles estão mais fortes (risos). Porque eles já moram aqui já na região onde tem. Eu já moro em – nome da cidade- aí ele fica assim trabalhando na tiragem e nós no... para cuidar do material.

Artesão 3: Pra cuidar, a gente se coloca assim... se tem umas fibras para trabalhar, a gente tem umas coisas de peças que é para fazer a gente tem que botar duas pessoas para ir fazendo e duas pessoas tem que ir para o Mato tirar. É. Porque para fazer as luminárias tem que fazer as tramas. Tem que ficar duas pessoas aqui adiantando. Porque quando surge assim um pedido rápido Gestor 2 diz: “Olhe quero isso para tal dia.” Aí não tem trama pronta, aí a gente vai trabalhar para fazer essa trama, pra depois fazer já é outro tempo e quando a gente tem a trama pronta não, chegou 3, 4, 5 luminárias a trama tando pronta é só costurar e cortar, costurar, cortar.

Mas isso de saber que vocês têm que deixar a trama pronta... porque de repente vem um pedido assim, foi ensinado ou vocês que começaram a fazer por vocês mesmo?

Artesão 4: Não, nós mesmo que resolvemos ser assim. Nós resolvemos fazer isso para diminuir o nosso trabalho quando chega um pedido

Artesão 3: Porque ficava assim, ói... tem isso assim para fazer, tem uma luminária para fazer, aí vamo ter que fazer as trama primeiro. Não, vamo usar a cabeça, vamos fazer as tramas, deixando as tramas prontas e sempre pergunta a Gestor 2 se vai ter luminária Grande 4 G, 3 G porque a medição dele de largura no Tear é diferente. Aí é sempre pergunta a Gestor 2 se é pra luminária grande, aí os urdimento ali já são mais largos, aí já fica com 18 centímetros e os outro é 15 é 16 cm. Então tudo isso a gente tem que fazer nessas bitolas porque quando chegar uma luminária grande ou pequena a gente já tem a trama pronta.

Os prazos que Gestor 2 dá na maioria das vezes dá para fazer tranquilo ou vocês acham que é muito corrido?

Artesão 4: Nunca deu. (Risos).

Vocês acham que é muito corrido então?

Artesão 4: Graças a Deus. (risos).

Artesão 3: Mas é por isso assim que a gente tem que usar a cabeça, tem que deixar que quando é para luminária a gente tem que já deixar a trama pronta. Porque se tiver luminária e tiver cortina, pra luminária a gente já não vai fazer a trama, porque a gente já tem trama pronta, é só cortar e preencher, né?

Artesão 4: É porque é assim, Gestor 2 dá um prazo, vou dar um prazo de 1 mês, 2. Sim, Gestor 2 pode dar um prazo de um mês ou dois, e para ele é um prazo longo. Mas para um grupo de 4 pessoas não é prazo longo, para fazer tudo, dependendo da quantidade da encomenda.

E como vocês resolvem se encomenda for muito grande? Vocês contratam mais gente?

Artesão 3 e 4: Se for na produção.

Artesão 4: Se for dentro do nosso ordenado que a gente já ganha não pode. Porque a gente não pode tirar do nosso para pagar. Mas se for na produção, a gente pode.

Por que vocês ganham por fora né?

Artesão 4: Isso. Aí a gente pode colocar alguém.

Artesão 3: Porque é assim... ele (Gestor 2), para não ficar parado quando não tem pedido... o que acontece? Ele dá um custo de R\$ 500,00. Dá o carro, tudo, carro para gente. Ele dá um custo para cada um para não ficar parado aí a gente vai tirando material vem aqui faz uma trama para deixar aí. Aí quando ele chegar pede uma, duas, três cortinas para fazer, a gente já vai adiantando aquelas três cortinas que é para fazer.

Aí já fica dentro desses R\$ 500?

Artesão 3: Já fica dentro desses R\$ 500.

Então quando é que vocês ganham por fora, por produção?

Artesão 3: Só quando tem encomenda grande.

Tipo a Tok Stok?

Artesão 3: É... Banese.

E a frequência dessas encomendas grandes?

Artesão 3: Aí é bem devagar não é assim, muito não.

Artesão 4: É.

Artesão 3: Porque aí em Aracaju quando eles estão fazendo outro ponto novo do Banese, aí o arquiteto vem ver o que é que vai pegar. Ele entra em contato com

Gestor 2. Aí Gestor 2 passa pra gente se é 4 ou 5 luminárias, se tem cortina, se vai ser tapete...

Artesão 4: Só que agora ele disse que está abrindo o caminho de comenda para lá, e talvez agora vai melhorar.

Artesão 3: Porque ele disse que tem um rapaz que queria umas amostras de luminárias, aí entre tudo ia custar 100 luminárias para fazer no mês.

Artesão 4: Num mês, ói, repare.

Artesão 3: É, num mês.

Artesão 4: É, cem luminárias em um mês. Aí repare um grupo de 4 pessoas para fazer 100 luminárias no mês, teria que contratar outra pessoa.

E quem é que vocês contratam?

Artesão 3: Tem que ser uma pessoa que tem experiência, ou que já trabalhou, quem já saiu e que já sabe para trabalhar. No tear pode ser qualquer pessoa, a gente é que vai só ensinando, o ruim é só na mediçãozinha, pra fazer a medição de cortina, essas coisas que aí cai para cima da besta. (Risos).

O mais complicado. O mais complicado, na verdade, é o que? Fazer a luminária? A armação da luminária?

Artesão 3: O mais complicado na verdade é deixar tudo aí na mesma largura, (inaudível)... tudo na metragem.

Artesão 4: 1 cm, 2 cm tá errado, já perde.

Artesão 4: Só sai errado é quando ele também manda errado.

Artesão 1: Mas também a questão da luminária, a armação pra revestir ela com esse arame, esse trançado tem que ter paciência.

Isso é vocês que fazem, não o pessoal que vocês contratam?

Artesão 3: Não, tem um rapaz que fazia aqui direto.

Artesão 4: mas essa daí ele paga. Essa daí ele paga por fora. Essa daí não é nossa função não. Quando chega coisa assim, ele que faz agora.

E ganha por fora?

Artesão 4: É. (Risos) porque ele nem sabe que a gente sabe (Risos).
(Risos de todos)

Essa parte eu vou cortar... (Risos).

Artesão 3: Porque eu já fiz né. (Risos)

Porque, Gestor 2 pensa que vocês compram, é?

Artesão 3: Porque realmente é complicado... (inaudível) Eu faço, mas se for para fazer isso aqui...

Artesão 1: Tirar material...

Artesão 3: E cuidar de tear e cuidar de tudo...

Artesão 1: Dá não... tem que se transformar em 4.

Artesão 3: Aí o pior de tudo é onde tá esse revestimento de parede.

É bem trabalhoso né?

Artesão 3: porque 1 metro, 1 metro e 30 nesse tear aí ele pega 569 fios para você encher, se você atrapalhar uma aí, você atrapalhou aí, vai ter que desmanchar tudo, volta tudo para trás.

Artesão 4: É dois dias pra isso, pro tear, pra deixar o tear pronto.

Artesão 3: Aquele dali. Se chegar pra esse daqui é três dias ou mais. Que é o pior. Quando tem uma peça grande...

Artesão X: Só que quando ele (Gestor 2) pega as encomenda, quando ele fecha as encomenda, ele não bota esses trabaio, né, envolvido. Deveria envolver tudo, ele sabe que come tempo, né?

Artesão 3: Eu digo a ele: "lembra dos tear pra encher, lembra dos tear pra preparar..." Porque às vezes tem um revestimento de parede, que é o pior.

Artesão 1: Ele deveria colocar assim quando ele fechar uma encomenda, tirando pelo menos uma semana, só pra eles, só pra preparar os tear.

Artesão 3: A gente sempre alerta ele isso, mas ele nunca lembra.

E vocês conseguem negociar esses prazos ou sempre acaba atendendo o pedido de tempo dele?

Artesão 3: Sempre. Às vezes a gente faz antes, às vezes a gente termina depois, depois do prazo.

E aí tem problemas? Alguma coisa?

Artesão 3: as vezes ele fica cobrando. Aí ele fica cobrando. (Risos)

E ele cobra como? Ele fica ligando?

Artesão x: Ele fica ligando. Aí tem vezes que eu digo: "É Gestor 2" e tem horas que eu não atendo.

Artesão 4: Aí quando ele tá atacada mesmo, que ele quer pra tal dia, ele só ligando, aí olha e deixa para lá. (Risos)

Artesão 3: Porque se a gente for atender, a gente fica escutando muita coisa, né? É que nem tem um tapete aí de corda, é quase como revestimento de parede para encher o tear aí, quasemente....

Artesão 4: E tem que fazer as cordas na mão ainda.

Artesão 3: Aí fazer as cordas na mão... É um processo danado.

Essas cordas foram vocês que fizeram?

Artesão 4: Essas não... Quais é?

Artesão 3: Lá dentro tem.

Artesão 1: Tem um pedaço aqui, que são as cordas feitas com Ouricuri e junco.

Artesão 3: É. Aí tem que fazer, é um processo danado, pra... aí teve um que atrasou por que a gente conversando com Felícia... ela disse: “não, você vai fazendo mais você. Vá fazendo de junto...”

Artesão 4: ... Aí um tapete de 5 metros pega 5000 metro disso aqui para ser feito

Minha nossa! E quem é que faz isso vocês aprenderam a fazer também no projeto?

Artesão 3: É.

Porque que ele fica com a maior parte das coisas?

Artesão X: Por que a gente fica tecendo e ele fazendo as cordas, que é pras coisa andar, pra gente adiantar.

Mas isso também foi aprendido no... no, ou você já sabia?

Artesão 4: Não, a gente já sabia.

Artesão 3: Nós já sabia, já sabia já. Daí eles eles pediu: “vamos fazer umas coisa assim, diferente”. Aí eu achei de fazer uma cordazinha, é bonito um tapetizinho de corda. Aí fizemos uma amostrazinha.

Artesão 4: Cadê os tapetes?

Artesão 1: Por exemplo, se vier uma encomenda grande desses tapetes tem que contratar alguém para fazer as cordas, por que a gente não dá conta.

Quanto é o metro dessa corda que vocês fazem para o tapete?

Artesão 4: Ele paga, quanto é... 20 centímetros...

Artesão 3: 20 centímetros por metro. Oh... 20 centavos. 20 centavos o metro! O metro.

E quem é que cria as peças? Essa daqui você que disse que era massa fazer, não foi?

Artesão 3: É isso, a gente que faz, a gente que faz. A gente faz rápido

Mas aí vocês aprenderam a fazer os modelos no projeto? Vocês não criaram nada?

Artesão 3: Não, aí foi o designer, Designer.

Artesão 1: Foi Designer.

Artesão 3: Que ele sempre é quem tá acompanhando a gente, né?

Até hoje?

Artesão 3: É, aí quando tem um pedido diferente, ele faz as amostras lá, faz e envia pra cá.

Aí ele explica, como faz?

Artesão 3: É.

Aí a coisa que vocês criaram foi essa parte da corda?

Artesão 3: Foi.

Mas ele chega a vir até aqui para conversar com vocês, pessoalmente?

Artesão 3: Quem, Designer? Designer nunca mais veio. Às vezes vem, às vezes só manda a coisa, que nós já tem base aqui. Aí esse aqui foi o novo que ele mandou.

Artesão 1: Que a gente fez por telefone. A gente fez por telefone toda produção foi enviada pelo celular esse aqui.

Artesão 3: Como a gente já tem uma amostra dele ali, ele falou pra mim, mandou por telefone, aí eu fiz uma amostra assim e enviei pra ele. Aí ele disse tá ótimo, é assim mesmo.

E aí, ele foi o designer...quem contratou ele, foi o Gestor 2, não foi isso?

Artesão 3: Foi o Gestor 2.

Ele foi então o designer do projeto Cultura em foco...

Artesão 3: Foi.

E foi contratado pelo Gestor 2. E até hoje ele dá o suporte?

Artesão 3: Sim. Até hoje

E ele recebe por esse suporte?

Artesão 3: Rapaz, só Deus sabe lá. (Risos) A gente ele não diz não né. (Risos) A gente ele não diz não. (Risos) Ninguém trabalha de graça né? (Risos) Só o relógio... mesmo assim tem que ter pilha. (Risos)

Artesão 4: É, tem as pilhas... (Risos)

Então, aí, voltando a matéria-prima de vocês, é fibra. Quem tira é ele e ela e os instrumentos que vocês usam para tirar?

Artesão 3: Facão e um podão.

Artesão 4: E uma vara grande que alcança lááaaaa em cima.

Aí é de vocês ou é da Felícia às ferramentas?

Artesão 2: Da gente.

Artesão 3: A Felícia aqui não tem nada. (Risos)

Artesão 4: A empresa. (Risos) É a ela mesmo.

Não é a Felícia pessoa...

Artesão X: É ela mesmo, que não tem nada, ela é mais pobre do que eu aqui dentro. (Risos)

Aí vocês já tinham facão e vocês já faziam e ainda hoje... usam até hoje?

Artesão 2: É.

Já teve algum acidente... assim, não precisa ser grave, mas um corte, alguma coisa?

Artesão 3: Só o dendê quando a gente vai tirar, a gente se fura. Que o dendê é o mais pior, que tem uns espinhos, e se der um vacilozinho...

Se você tiver distraído, se tiver na pressa...

Artesão 3: E você fica até aleijado, o dendê se ele furar nas juntas.

É mesmo? E esses fios vocês compram aonde?

Artesão 4: Ele já vem de lá, também.

Vem de Estância? Vocês que compram ou é o IPTI que compra?

Artesão 3: Eles que compra.

Já vem as coisinhas prontas pra vocês?

Artesão 4: Quando tem uma encomenda ele (Gestor 2) manda tudo de lá.

Artesão 3: ou ele manda o dinheiro, para ir comprar.

Então vocês trabalham... basicamente vocês precisam de fio, precisa da fibra e o que mais?

(Confusão de vozes) Cola, agulha, tinta, quando tem que pintar.

Artesão 4: Agora nós tá precisando de tinta para pintar, é tesoura, é tudo.

Aí vocês fazem a lista e ele manda o dinheiro, ou...?

Artesão 3: É. ele manda o dinheiro, manda mensal R\$100 por mês, aí a gente compra cola, tinta...

Artesão 1: Trena também precisa.

Artesão 3: Trena. E aí eu vou comprando.

E tem meses que vocês precisam pedir mais, ou não?

Artesão 4: Não, só quando ele sabe que tem encomenda grande.

Porque os R\$ 100, vocês já vão acumulando?

Artesão 3: É, eu vou comprando cola, fita essas coisas, o que for precisando.

Artesão 4: Porque não é toda empresa que aceita essa fita não, né? a Tok Tok mesmo não aceitou.

Por quê?

Artesão 4: Não quer nada com a marca não, da empresa.

Artesão 3: Quis nada não com a marca de Felícia, a bichinha é tão... (inaudível) que ela não quis.

E se uma outra empresa ou pessoa vier à parte e fizer uma encomenda pra vocês? Vocês passam esse pedido pra...?

Artesão 4: Pra Gestor 2.

Pra Gestor 2, e ele resolve?

Artesão 4: Gestor 2 já vai entrar em contato.

Artesão 3: Os jogos americano a gente pode resolver aqui, né?

Artesão 4: É.

Artesão 3: Mas cortina, luminária, essas coisas assim a gente tem que passar o contato dele para ele entrar em contato pela empresa.

Artesão 1: Porque as armaçãozinha pra fazer as cortina...

Artesão 4: ... e as luminárias...

Artesão 1: ... vem tudo de São Paulo...

Artesão 3: ... os trilhos...

Artesão 1: ... as argolas...

Artesão 3: ... tudo ele manda de São Paulo ou quando encontra em Aracaju ele manda comprar em Aracaju. Aí manda o pessoal do IPTI comprar.

Artesão 1: É que agora a gente tem as persianas e agora tem as cortinas. As cortinas que usam o trilho mesmo, no trilho, cheio de preguinhas.

E é o mesmo fornecedor sempre ou vocês ficam procurando o mais barato quando vão comprar?

Artesão 3: Às vezes a gente procura, tem que correr atrás para ver.

O pessoal de Estância já conhecem vocês?

Artesão X O rapaz da União já sabe quando eu vou mais ela.

União é onde vocês compram os fios?

Artesão X: É onde compra os fio, as tinta e as cola.

Eles fazem descontos, alguma promoção?

Artesão X: Às vezes eles fazem desconto.

Pela quantidade que vocês estão comprando?

Artesão X: É.

Se comprar pouquinho fica o preço normal?

Artesão X: É.

Se no dia que vocês precisarem pegar fibra e eles estivessem doentes vocês conseguiriam?

Artesão X: Nós não. (Risos) Essa daí (Risos). Eu não tô conseguindo nem caminhar, quanto mais para ir para lá, aquela lonjura. (Risos)

Mas vocês sabem fazer?

Artesão 3 e 4: Todo mundo sabe, todo mundo sabe.

Artesão X: Agora, se ele não conseguir um dia, vai ter que pagar alguém para a gente ir e ensinar. Mas para eu mesmo tirar, eu não. E mesmo assim, só vai com ela quem tem paciência. Eles dizem que eu estou parecendo uma pata velha. (Risos)

Então todo mundo sabe todo processo como é que faz? Como encher um tear? Se alguém faltar, tem algum trabalho que não é realizado?

Artesão X: Não, todo mundo sabe. Para isso sempre que a gente vai fazer medição ou encher um tear, eu ensino a elas. Porque se eu cair doente ou foi em alguma viagem elas sabem fazer.

Artesão X: Só tem dois produtos aqui que ninguém quer fazer: É costurar luminária de trança ninguém quer só quem está costurando, sou eu por enquanto.

Porque ninguém quer, é muito trabalho?

Artesão X: Que nada, é fácil!

E porque não quer?

Artesão X: É bom ela porque ela não anda, aí ela tem que ficar com essas coisas.

Artesão X: Aí quando eu não vir? quem vai costurar? Os outros tem que aprender né?

Artesão X: Mas é como eu digo a ela, já tem tanta coisa na mente e tem que ficar aprendendo outras.

Artesão X: Mas tem que aprender, porque falha um que sabe, pronto.

Artesão X: Mas é. Que Deus o livre um pode morrer. (Risos) É por isso que eu já estou enchendo os teares, porque eu já vou. (Risos)

Artesão X: Quando ele sair, a gente não sabe encher.

Tem alguma possibilidade dessas fibras que vocês usam acabarem e vocês pararem de trabalhar com alguma coisa?

Artesão X: Não. Uma vez eu disse, vamos tirar o material, ela disse não. Só me chame quando tiver um pedido grande. (Risos)

Artesão 4: Você quer dizer em relação a aqui dentro ou no mato?

No mato.

Artesão: No mato? No mato não. Aí eu disse: vamos tirar material.

Artesão 4: Mas aqui dentro sempre acaba, falha. Mas nunca ficou um pedido sem ir por conta da falta de material.

Artesão 3: Aí ela disse: “Só me chame quando tiver trabalho pra fazer”. Quando Gestor 2 mandou, mandou um tapete de 5 m pra fazer. 3 por 5 de largura, pra fazer. Cadê as cordas? Cadê a palha de ouricuri pra fazer? Ai teve.

Artesão X: Aí corre ele pro mato.

Artesão 3: Aí teve que contratar uma pessoa pra fazer isso, e essa pessoa que foi contratada pra fazer. Depois gente se arrependemo. Ai foi quando eu disse: “rapaz nós não íamos gastar esse dinheiro”. Aí já foi tarde. (Risos)

Aí aprendeu né?

Artesão 3: Foi tarde. Porque sempre tem um pedido grande, chega de repente pedido grande e aí não tem material pra fazer? E ai como é que vai ser?

Artesão 4: Mas agora, quando não tem pedido a gente sempre tá trabalhando no material né?

Mas essa questão de tirar o material, vocês que aprenderam que tinham de ir fazendo por causa do tempo.

Artesão 4: Foi.

Não foi ensinado no curso?

Artesão 3: Não.

Artesão 1: Mas depois que a menina do Sebrae veio ela dizia, o Designer também dizia, vocês sempre estoque material. Você sempre tenha o material estocado porque se aparecer um pedido grande vocês já o material e não se preocupar.

Foi dito né?

Todos: Foi.

Mas foram vocês que organizaram o estoque do jeito que vocês acharam melhor?

Artesão 4: Foi. Mas tava tão organizadinho, né? Nós tem de tudo. Mas como aconteceu isso aí (danificação da estrutura) a gente não tem mais nem gosto de fazer nada. Como? Pra perder? A gente tá perdendo muito material aqui nesse local porque a chuva tá molhando tudo.

Ainda continua perdendo?

Artesão 4: Tá! Só não vai perder agora que a chuva parou e estamos indo pro verão.

Artesão 1: Se você tivesse vindo na época mais de chuva, você ia ver. Tava tudo cheio de água, alagado. Porque aqui molha tudo.

Artesão 3: Ontem de manhã tinha água aí.

No caso, essa estrutura tá atrapalhando tanto a produção quanto o estoque?

Artesão 4: Tudo.

Quando o projeto começou tinham os dois teares que eram do projeto né? Isso tudo veio do projeto?

Artesão 3: Veio.

A mesa...E esse prédio aqui, as aulas eram aqui? O projeto Cultura em foco era aqui?

Artesão 3: É. Isso aqui foi a prefeitura que cedeu né? Saiu o prefeito Adalto e entrou o prefeito Paulo Cesar, mas ele nunca deixou tirar a gente daqui. Só umas professorinha derrubadas, que vieram aqui pra querer colocar sala de aula aqui. (Risos) Ela veio aqui pra colocar 03 salas de aula aqui dentro. Aí a gente disse não. Não vai ser assim não, como vocês querem, voltaram. Depois, veio esse prefeito agora. Chegou uns funcionários dele me pedindo a chave do prédio. Que queria botar umas pessoas para consertar cadeira aqui dentro, aí eu disse rapaz, a chave eu não posso dar assim não.

Então no caso o prédio é da Prefeitura?

Artesão 1: É.

Artesão 3: Aí eles disse bem assim: “então tem que falar com o prefeito.” Pronto. Fui falar com o prefeito, quando cheguei eu disse “oh Edson... nós viemos aqui conversar com você, pra saber do "Amorzão", que você mandou pedir a chaves só a gente tem nossos materiais da gente nosso lá, a gente tem furadeira e a gente não vai tirar, não vai deixar na mão de qualquer pessoa”. Aí ele disse: “Pere aí”, eu não mandei pegar nada na mão de vocês. Aí eu disse: “tem certeza?” Ele disse que não mandou pegar nada e já ligou pra esposa dele perguntando se ela tinha mandado

pegar a chave lá e ela disse não. Aí ele que você mandou pegar as chaves tinha pra colocar gente pra trabalhar lá dentro. Ela disse não. Disse que se a gente precisasse olhar, precisasse pra fazer uma reforma tinha que procurar eles pra saber da chave. Foi isso que eu falei. Aí ele disse: “não dê”. Quem chegar lá atrás dessa chave, mande me procurar. Mande me procurar, não entregue chave de jeito nenhum. Se vocês quiserem olhar, você pode abrir, pode mostrar. Mas não entregue a chave.

E a Felícia (empresa), ela paga alguma coisa para prefeitura para usar o espaço ou a prefeitura cedeu?

Artesão 1: A prefeitura cedeu.

Desde o início do projeto?

Artesão 3: Desde o início do projeto. Porque aqui não tinha nada aqui. Não era nem acimentado aqui.

Aí foi o Cultura em Foco que cimentou?

Artesão 3: Não. Foi o prefeito. Ele deixou organizando, disse que ia ajeitar pra gente poder trabalhar. Porque não tinha coisa nada aqui.

Artesão 4: Não era esse que tá agora, era outro.

Artesão 3: Era outro.

Artesão 1: Era com Adalto.

Aí vem se acabando o prédio.

Artesão 3: Aí vem se acabando. Mudou de prefeito.

Artesão 4: E só tá molhando mais assim porque ele mandou descobrir o telhado pra fazer reforma e até hoje tá aí sem cobrir.

E foi descoberto quando?

Artesão 1: No meio da chuva. (Risos) No meio da chuva mesmo.

Artesão 3: No inverno, quando Paulo Cesar entrou aqui. Com Adalto, a gente fala com ele, ele mandava o vigia. Vigia a noite, ninguém se preocupava. Depois que Paulo Cesar entrou, a gente já viu foi a porta passar ali cair, de lá de cima, cair aqui em baixo. A porta, vaso, tudo. Tá tudo bagunçado aqui.

E esses problemas, vocês já chegaram a relatar também para Gestor 2?

Artesão 3: Já, já.

E ele já propôs fazer alguma coisa?

Artesão 4: Nós já filmou foi tudo aqui nadando de água e mandamo pra ele. Aí ele perguntou: “Vocês não têm outro lugar não?”

Artesão 3: Gestor 1 tem um projeto aí de fazer um prédio lá no Crastro. De mudar a oficina aqui lá pro Castro. Aí todas pessoas que chega, ele diz que só que tem um problema aqui que o artesão não quer ir.

Porque não?

Artesão 3: Porque aqui é mais fácil da gente trabalhar.

Artesão 1: Por causa do material.

Artesão X: A gente vai e meio dia volta com uma galinhota aí trás, pra aqui ou eu deixo lá em casa pra trazer pra cá. Lá no Crastro tem o problema de transportar, tem outro custo pra ir pra lá. E assim, eu digo a eles. Quando eu vou pro mato, quando eu chegar o dia, eu não vou fazer outra coisa não, porque não tem corpo que aguento. Porque se for tirar um junco ainda é bom, mas se for pra tirar aquele Dendê ali, você passar de manhã toda ali com uma vara grande, com um podão, puxando pra poder coisar. Tem dias que eu fico com o corpo... com corpo que não quero fazer nada não. E a pessoa ainda sair daqui pra ir no Castro pra depois vir pra cá. Aqui é melhor. Como tinha um terreno ali que eu falei, o rapaz na época vendia por 15mil. Terreno bom, ele queria que fosse doado. Aí por sorte tinha esse prédio aqui e a gente está nesse...

Aí se reformasse aqui, ficaria perfeito?

Artesão 3: Ficaria sim, mas sempre eu acho que nem disse a ele: “Sempre é bom ter o espaço da gente. Porque aqui a gente não pode reclamar nada, nada.” As vezes os meninos ficam aprontando aqui. Isso aqui tem dias que tá cheio de coco na calçada.

Artesão 1: Não tem água, não tem luz (energia). Eles desligam, aí a gente fica sem luz. Aí tem uma peça pra fazer com cola quente, tem que levar pra casa, nas costas pra fazer.

Artesão 4: Pra furar com a furadeira, tem que levar pra casa. Aí eu falei com o rapaz aqui, o irmão do prefeito, ele pega e deixa ligado, com energia. Mas tem um cara que vem desligar a luz da quadra e desliga tudo.

E quem é esse cara?

Artesão 3: É da prefeitura. Ele vem, desliga ali. Teve um dia que eu cheguei aqui 6h da manhã. Eu disse: “Vou lá ligar a furadeira pra esquentar”. Aí quando liguei aqui a furadeira e q fui ali naquele quarto, ele me viu, aí desceu numa carreira danada. Quando liguei, a furadeira parou. Eu disse: “Oxente, já faltou energia?”

Quando cheguei aqui, ele já tinha desligado. Mas a gente não pode reclamar. Não é da gente. Se a gente for reclamar, vai ouvir o que não quer, então tem que engolir.

E esse problema já chegou atrapalhar uma produção?

Artesão 3: Não atrapalha muito assim, porque a gente leva pra casa.

Artesão 4: Se não, já tinha atrapalhado mesmo.

Artesão 3: Aqui a gente sempre conversa com ela. Tinha água aqui, pegaram e cortaram. Primeiro eram os meninos aqui... subiam pra tomar banho e deixavam tudo ligado aí. Aí eu que subia e desligava, peguei e cortei. Falei com eles. Aí a turma da prefeitura disse que tinha cortado, tudo bem, já evita dos meninos fazerem bagunça. Mas aí foram e cortaram lá em cima, quando Paulo Cesar entrou. Cortaram lá em cima. Aí pronto, a gente não tem água aqui.

E o Gestor 2 é ciente de todos esses problemas que vocês passam?

Artesão 3: Tudo. (Risos) Tá ciente sim, sempre a gente passa pra eles.

E a questão da embalagem de vocês? Quando vocês terminam, como é que faz pra mandar?

Artesão 3: A gente passa um plástico bolha, faz uma caixinha, liga pra Gestor 2 ou ele manda o carro do IPTI pegar, quando é coisa pequena. Antes era transportadora que vinha pegar, quando era pedido da Tok Stok.

E esse plástico bolha e a caixa, quem é que dá? Vocês que compram?

Artesão 4: Ele que manda tudo.

Ele manda de acordo com a encomenda?

Artesão 4: Ele já manda assim uma quantidade, aí fica aí guardado, agora só que tá acabando... tem até que falar pra ele.

Artesão 3: Esperar quando ele chegar agora, ele disse que daqui pra janeiro vai vir. Quando chegar aí a gente fala o que tá precisando.

E ele vem com que frequência?

Artesão 3: Ele vinha de mês em mês, mas agora ele parou de vir. Ele disse: "Olhe, não tem tanta coisa pra fazer, eu tenho que tá correndo aqui atrás de recurso pra empresa também. Comprador, projeto, pra ver se tem alguma pessoa que apoie pra empresa ir a frente, o negócio é ir a frente." Aí ele fica correndo atrás.

A questão do preço, quem põe é o Gestor 2?

Artesão 3: É.

Vocês não sabem como é feito?

Artesão 3: Não. Porque assim... ele paga a gente a trama, costurar luminária, fazer a cestaria, corte, costura. Isso tudo ele paga. Agora a venda aqui pra lá a gente não sabe. Porque a gente sempre conversa aqui. A gente não paga imposto, nem aqui e nem lá e nem transportadora.

Porque vocês não pagam imposto?

Artesão 3: Porque a transportadora veio aqui quatro vezes. Duas carretas aqui, com o baú grande, pegar coisas aqui.

Artesão 1: Porque esse custo fica com ele, com o Gestor 2. E com a Fellicia. Aí o preço que sai daqui é o preço que a gente sabe

Artesão 3: O custo do que a gente faz.

Artesão 1: Pra costurar, pra fazer a trama, o custo que a gente faz.

Vocês sabem quanto vocês gastaram pra fazer aquela luminária? Sabem fazer isso.

Artesão 1: Isso. Quanto é o metro quadrado, tudo isso.

Isso vocês aprenderam sozinhos ou foi no curso?

Artesão 1: Foi tudo no curso, com o Sebrae.

E a marca, quem fez a marca?

Artesão 3: A marca Fellicia? Foi o Gestor 2 que preparou lá em São Paulo.

X (designer ligado ao IPTI) trabalhou no Catálogo, não foi isso?

Artesão 4: Foi, foi ele.

Artesão 3: Foram eles que prepararam tudo pra lá.

Artesão 4: Foi... A gente não sabe realmente quem foi.

Aí da Felícia mesmo, tem mais alguma coisa? Cartão, alguma coisa ou só a fita mesmo?

Artesão 3: Não. Veio só umas etiquetazinha, pra serem colocadas em cada peça.

Artesão 4: Mas era da Tok Stok. Tinha um que era da Felícia, mas depois ela mudou. Aí veio só a marca da Tok Stok.

Vocês fizeram quantas encomendas pra Tok Stok?

Artesão 3: 03 encomendas.

Artesão 4: Foi... 03 encomendas.

Artesão 3: Foi, Gestor 2 apresentou a marca da Felícia, mas aí eles não gostaram.

Então essas encomendas da Gestor 2 vocês não botam nenhuma etiqueta de vocês.

Artesão 3: Só na embalagem pra ir.

Que nem tá naquela caixa.

Artesão 3: É. Era pra ter tudo etiqueta, quando foi feito o projeto tudo era pra sair com etiqueta.

Mas esse projeto que você diz que tinha que ter, é o que, um projeto escrito dizendo os procedimentos, como fazer?

Artesão 3: Quando nós teve o curso do Sebrae aqui, explicaram tudo.

Tudo o que?

Artesão 3: Que tinha que ter a etiqueta, tudo em dias, como Designer também falou pra gente

Mas aí não tem... vocês nunca cobraram isso?

Artesão 3: Não, o pessoal também nunca cobraram.

Vocês são Associação ou são empresa:

Artesão 3: Tem a Associação também.

Também... porque tem a empresa, com CNPJ em São Paulo e a Associação aqui, em Santa Luzia

Artesão 3: É.

Quem é o que na Associação?

Artesão 3: Ixe...

Artesão 4: Era tanta coisa, que Gestor 1 cortou tanto do babado...

A Associação é registrada?

Artesão 3: É Registrada.

(conversas sobre o que cada um fazia, embora não se lembrem com certeza)

Porque as pessoas se desligaram?

Artesão 3: Ah, se desligaram logo, só passaram o ano de aprendizagem.

Artesão X: Porque a gente acha que se tivesse ao menos mais um homem, já ajudava ele e ficava nós 3 aqui. Um contratado.

Porque não contratam?

Artesão 3: Tem que conversar com Gestor 2.

Vocês tão pensando em fazer isso em Janeiro?

Artesão: Isso eu já tinha conversado com ele antes. O filho de... (antiga artesã da Felícia, já aposentada), que trabalhava aqui, tirando material. Eu disse: "Gestor 2, porque você não deixa esse menino pra ficar comigo? Porque um dia eu posso ir, outro dia eu não posso ir." Mas o custo vai ficar muito grande.

Artesão 4: Sempre assim. A gente precisava de ter mais um homem, mais uma carroça. Você sabe o sofrimento que é ir pra longe com uma galinhota? Muito sofrimento.

Porque tem a questão de onde fica cada fibra

Artesão 3: É.

Artesão X: Porque ele daqui há uns meses vai se ausentar, que vai se operar. E aí? Tinha que ter mais alguém outro homem, que aí ficava eles dois tirando... e agente já não ficava tão preocupada.

Artesão 3: E tem isso... tem a butação de cortina, a instalação.

Artesão 1: Isso só ele que sabe.

(piadas sobre a instalação de cortina)

Artesão X: Se ela contratasse outro homem, ele já ensinaria tudo isso. Aí já dividia as tarefas entre eles dois.

Pra contratar, esse homem entraria em produção ou ganhando os 500 por mês?

Artesão 3: tem que tá nos quinhentos também, porque se não tiver produção pra fazer? Tem que tirar material, preparar uma coisa...

(sobre as coisas que seriam aprendidas no treinamento dado pelo artesão.)

Quando não tem produção, qual a média de produção, por peça?

Artesão 3: Às vezes, assim, quando ela manda uma cortina, duas cortina pra fazer, 2, 4, 5 luminárias pra fazer...

Artesão 4: E as vezes nois num faz peça nenhuma, só trabalha no material, né?

Ele se ausentando, vocês sabem onde comprar o material?

Artesão X: Ela sabe.

Ela sabe, mas nunca foi?

Artesão X: não, eu vou.

Vocês têm a carteira? Todo mundo?

Artesão X: Nós temos. A dela tá atrasada.

Artesão 4: E só tira (a nota) quem tem a carteirinha.

Artesão 3: Aí a gente não paga o custo grande. Só paga o imposto de 9...

Artesão 1: Treze...

Entendi. E a carterinha, quem falou pra vocês tirarem?

Artesão 3: Gestor 2.

Ai durante o Cultura em foco, todo mundo tirou, ou foi depois, quando vocês viraram Fellicia?

Artesão 4: Foi durante o Cultura em foco.

Levaram vocês pra tirar?

Artesão 3: A menina veio pra cá. A mulher veio.

Porque era muita gente?

Artesão 3: Porque era muita gente. Aí eu sei onde é a Secretaria (conta como foi o processo de achar a secretaria).

E sobre o... o... jogo americano, que vocês resolvem... se alguém vier, vocês sabem fazer o preço...

Artesão 4: Um-hum!

Porque só o jogo americano vocês sabem fazer o preço?

Artesão 3: Porque as peças são menores.

Artesão 4: E a gente já sabe o valor.

Artesão 3: É, a gente já sabe o valor. E as outras também são sobre medida né?

Entendi... aí ela que calcula?

Artesão 4: É.

O jogo americano, por ser padronizado vocês já sabem?

Artesão 3: Já sabe.

Aí vocês recebem o dinheiro ou a pessoa paga a Gestor 2?

Artesão 4: Se é com a gente mesmo, pode pagar a gente mesmo.

(Discorre sobre os diferentes tipos de jogos americanos e seus respectivos preços - de R\$ 5 a R\$ 15.)

Luminária, vocês não conseguem não?

Artesão 4: Não, se a gente tivesse alguém pra fazer as armações, ne...

Porque as armações de ferro vêm de São Paulo... as de mesa, de madeira, vem de São Paulo também?

Artesão 3: Tudo, tudo é ele (Gestor 2) que compra. Porque ele procurou um rapaz aqui em Estância, aí numa peça dessa daqui que ela pagava R\$ 17 pra fazer em São Paulo, o rapaz cobrou R\$ 35. Na 4G, o rapaz pediu... parece que R\$ 115. O cara fazia, faz pra ela em São Paulo por R\$ 30. Ele achou melhor pagar pra mandar do que fazer em Estância. Aí ele arrumou um rapaz pra fazer em Aracaju, aí tá fazendo em Aracaju agora. Aí ele pediu pra eu mandar uma peça dessa, pra

modificar, que essas que ele tá fazendo não tá prestando, pra mandar uma armação dessa pra lá.

Artesão 1: Vai vir assim agora? Vai ser melhor.

(Sobre a diferença entre a antiga e nova armação. Mostra também a diferença de tamanho entre luminárias.

Sobre colocar as luminárias pesadas na caixa)

Artesão X: Sou eu sozinho. Eu faço sozinho

Artesão X: Mais nós sabe. Nós que não quer, deixa o homem. Nós sabe fazer tudo.

Mas quem disse isso, de saber tudo?

Artesão 3: O designer.

Artesão 1: Desde o início.

O designer que disse, tem que saber tudo, desde o início?

Artesão 3: O designer, a consultora do Sebrae. Tudo um pouco tem que saber.

O Sebrae entrou com que curso?

Artesão 1: Empreendedorismo.

Artesão 3: Empreendedorismo, foi.

Artesão 1: Aprender a empreender e...

Artesão 3: Juntos somos fortes.

Artesão 1: Juntos somos fortes.

Artesão 4: Só ficou os 4, juntos somos fortes. (Risos)

E aí o pagamento, então vocês recebem R\$ 500 por mês cada um aqui da Fellicia... e por produção, como é, é porcentagem?

Artesão 3: Pronto, aí...

Artesão 4: Tudo que você fizer, você ganha.

Artesão 3: Tudo que fizer, ganha.

Artesão 4: Se fizer acabamento, ganha. Se tecer, ganha, se costurar luminária, ganha, se cortar luminária, ganha.

Mas como vocês dividem entre vocês?

Artesão 4: A gente divide assim: cada um que vai fazendo, vai anotando sua produção. Aí aquele dinheiro vai ser dividido, se eu produzo mais, eu ganho mais. Eu não tenho produção naquele dia. Aí já tô fora.

Vocês que fazem esse controle mesmo.

Artesão 4 e 1: É.

Já teve problema com isso, não?

Artesão 3: Às vezes acontece. (Risos)

Acontece porque, se vocês que controlam?

Artesão: É que nem teve a vez que teve o rapaz que foi tirar material. Daquela vez que chamei ela e ela disse deixe chegar pedido, aí o que foi que aconteceu? O menino dentro de 15 dia, não foi nem 15 dia, não foi? Ele ganhou mil e quinhentos reais. E a gente não teve esses mil e quinhentos reais e trabalhou em tudo aqui dentro. Na tecelagem de tapete, de luminária, de cortina...

Artesão 1: Então, se tivesse tirado o material, tinha ganhado mais que eles.

Artesão 4: Mas sabe porque não ganhou mil e quinhentos? Foi uma produção de 2 mês, ne? E dentro dessa produção de 2 mês, ele (Gestor 2) tava pagando os quinhentos... na produção, ele descontou da produção o dinheiro que tinha pagado a nós. Porque antes ele pagava... tava pagando os 500, mas não descontava da produção. Aí na hora que a gente entregava a produção, ele ia fazer as conta e pagava tudo. Pagava no mês que a gente recebia a produção. Mas dessa vez, ele descontou tudo.

Artesão 3: Descontou tudo.

Isso foi quando?

Artesão 3: Isso foi quando a gente teve um pedido de dez mil... dez mil e pouco no total... aí foi descontado tudinho.

Artesão 4: Foi ano passado (2016).

Isso aconteceu de novo, não?

Artesão 3: Não, não.

Artesão 4: Não aconteceu mais porque a gente reclamou com ele.

Artesão 1: Ele agora perguntou se a gente entregaria 100 luminárias em um mês. E aí ele não vai descontar. A gente entregando a produção, ele vai pagar a gente a produção.

Vai pagar os quinhentos mais a produção?

Todos: Não, a produção.

E aí tem os quinhentos.

Todos: É.

Artesão 3: Quando teve a produção, ele falou: "Os 500 eu vou tirar pro mês que não tiver pedido". Tudo bem, a gente concordou né? Porque como a gente recebeu

dinheiro do pedido, dá pra gente se virar. Mas deixasse os 300 pro mês que não ia ter pedido. Mas quando ele foi dessa vez, ele tirou.

Artesão 4: Que ele não avisou que ia tirar, que já tava dando os 500 pra descontar da produção.

Artesão 3: Ele não falou.

Artesão 4: Por isso que... (inaudível)

Deixa ver se entendi.,, vocês pegaram o pedido do Banese... aí passaram quanto tempo?

Artesão 4: 2 meses. Nós botou 3 trabalhadores. 3, sabe?

Banese... aí vocês passaram 2 meses. Aí, no caso, seria mil reais de cada. Aí ao invés de pagar mil reais mais a produção...

Artesão 4: Ele só pagou o restinho que foi da produção, porque ela descontou. (Continua explicando sobre o mesmo assunto.)

Artesão 4: (...) Aí ele só pagou o da fibra... duas que nós botou no acabamento, nós já pagou essas do nosso bolso, que ele não falou né... que ele tinha que pagar fibra, tinha que pagar as duas que entrou, pra acabamento e não mexer no nosso.

Entendi, aí vocês reclamaram e parou de ser assim.

Artesão 3: É. Aí, foi quando Gestor 1 veio aqui, Gestor 1 não gostou, Gestor 1: “Foi injusto mesmo. Não tá certo, porque vocês trabalham aqui há muito tempo e não ganharam dinheiro. Quem veio a primeira vez ganhou mais dinheiro.”

(Ainda sobre este caso.)

E ele disse porque estava descontando?

Artesão 4: Só na hora que descontou. E ainda disse que a gente que contratou as meninas, problema era nosso. “Eu não mandei vocês contratarem ninguém”.

Artesão 1: Por isso que quando ele falou agora na possibilidade de cem luminárias, a gente perguntou se era pra contratar, ele disse que tinha que contratar. Por fora.

Artesão 4: Quem a gente contratar vai ganhar por produção? Ele disse: “Vai, por produção”.

Ai fecharam as cem luminárias?

Artesão 4: Fechou ainda não. As amostras tão lá ainda.

Artesão 3: Tão lá com o rapaz.

Aí vocês fizeram essas amostras dentro dos quinhentos reais que vocês ganham por mês, e se fizeram, vão ganhar os quinhentos fora a produção. Mas sem luz vocês só trabalham até...

Artesão 3: Só pelo dia mesmo.

Artesão 1: Até quatro da tarde mesmo.

Artesão 2: Tá sem energia porque eu disse vamos se ajuntar e ir lá falar com o prefeito. Ele não tá sabendo disso. Ele não tá. Vai um dia e conversa com ele.

Artesão 4: A gente tentou. A gente chegou na porta da prefeitura no dia que foi falar sobre a chave de manhã, saímos três horas da tarde.

Artesão 2: Agora não tá assim mais não... Dá o nome e ele tá chamando.

Artesão 4. Nois vai.

Artesão X: Se eu chamar, a senhora vem? Porque tem que ir tudo. Se é um grupo, tem que ir o grupo.

O grupo é família né?

Artesão 3: É. (inaudível) (Risos)

Mas vocês se resolvem, né?

Artesão 4: É... briga, mais se ama.

Artesão 2: É aquela música, de dia a gente briga, a noite se ama.

(Sobre brigar no trabalho e se entender no trabalho, povoado de risadas.)

A questão de tudo que vocês ganharam do Cultura em foco... a furadeira, todos os equipamentos?

Artesão 4: Bebedor de água que não tem nem onde ligue. (Risos)

(Sobre o paradeiro do garrafão do bebedouro: casa da Felícia.)

Vocês acham que o que ganharam do Cultura em foco é adequado? Aquele fogão...

Artesão 4: Não, ali não. Ali foi a gente

Vocês compraram com o dinheiro de vocês. Que que vocês compraram, e o que vocês ganharam do Cultura em foco?

Artesão 4: A gente só comprou o fogão. As panelas.

O material de extração é de vocês. De tirar as fibras.

Artesão 3: É.

Que mais, só isso?

Artesão 4: Aí veio as ferramentas, a furadeira. O material das ferramentas, naquelas duas caixas, tudo veio.

Artesão 3: Esse balde branco também é meu (balde grande com água, ao lado da pia).

Artesão 4: O panelão da fibra... mais nois nem usa mais.

O fogão também é da produção?

Artesão 4: Não, é da gente. Cafezinho, esquentar comida.

Prateleira?

Artesão 4: A prateleira. O quadro ali, de escrever (cavalete com bloco).

Tem alguma coisa que vocês reclamam assim, de dor, que poderia mudar, alguma coisa? Tipo... trabalhar nessa mesa fico com a coluna doendo quando acabo?

Artesão 3: A gente conversando com Gestor 1, disse que deveria ter outras cadeiras, se tiver uma reunião aqui, como já teve várias reunião aqui...

Artesão 4: Quando vem fica o circo, tudo em pé.

(Sobre quando um pessoal do Banese apareceu, e eles ainda estavam limpando o local, pois o horário informado foi diferente.)

E a questão de internet, essas coisas, vocês têm acesso?

Artesão X: Só no meu celular mesmo, quando bota recarga.

Quem paga a recarga são vocês?

Artesão 3: É a gente mesmo.

Artesão 4: Lá na praça perto de casa tem *wifi* grátis.

Mas e o *facebook* da empresa, vocês já acessaram alguma vez?

Artesão 1: Eu sempre curto, compartilho.

Artesão 3: (inaudível)... fica mais fácil de se comunicar do que ficar ligando.

Artesão 4: Nós tem um grupo (no *WhatsApp*)

Um grupo da Fellicia?

Artesão 1: É, com ele (Gestor 2) e com o designer.

Da outra vez que eu vim, tava ali, ne, que tiraram foto... já tiraram foto de vocês?

Artesão 4: Já, já tem é demais. (Risos)

Artesão 1: Quando chega aqui só quer tirar foto de Felícia. (Risos)

(Brincadeiras sobre as fotos)

Já viram as fotos? As filmagens?

Artesão 4: Já.

Artesão X discorre sobre filmagem ocorrida para o Instituto Banese. Muitas risadas ao relatar que levaram a equipe de filmagem para extrair as fibras e eles pegaram carrapatos.)

Mas geralmente o pessoal manda as filmagens de volta?

Artesão 4: Que mandar de volta? Manda nada.

Artesão 3: A primeira dama chegou aqui, pra tirar umas fotos... tinha um rosário velho.

Artesão 4: Gestor 2 Levou o rosário.

Artesão 3: Botou o rosário no pescoço e dizia: “Essa foto vou mandar pra vocês”. E eu dizia... esqueça.

Mas já viram alguma que voltou, alguém já voltou?

Artesão 3: Só Gestor 1, uma vez. Trouxe no computador. Ele amostrava. Amostrava.

Artesão 1: Agora a gente nem vê a cara de Gestor 1.

Mas vocês gostariam que a pessoa mostrasse, vocês saíssem nas redes sociais?

Artesão 4: Ave Maria, não é bom não, é?

Artesão 3: Já teve a revista Craudia, que mostrou uns trabalho de fuxico. Aí trouxeram praqui a revista, né? Mas só foi isso. Teve um jornal, que veio praqui. Um jornal de Londres, né? Veio.

Veio um jornal de Londres?

Artesão 3: Veio.

Tirou foto de vocês?

Artesão 3: Não, só foi de Gestor 2, com os produtos. E a entrevista que ele deu lá.

Só ele?

Artesão 3: Só ele.

Mas vocês já deram entrevista sem Gestor 2 junto?

Artesão 2: Semana passada. Quinze dias, que veio aqui um monte de gente. Doze pessoa falando aí.

Mas doze pessoas da onde?

Artesão 3: Não sei, foi Y que trouxe.

Quem é Y?

Artesão 3: Do IPTI. Ela trouxe era uma professora, uns estudantes, vieram fazer um bocado de coisa aqui.

O pessoal de Santa Luzia sabe quem são vocês, o que vocês fazem?

Artesão 4: Alguns sabe, mas a maioria sabe nem que a gente existe.

Artesão 3: Nunca desceu uma pessoa dali pra ver o que a gente fazia aqui. Só teve um rapaz que trabalhava ali na creche. Eles desceram umas 3 vezes aqui perguntando o que era isso aqui.

Então, o pessoal da cidade não sabe o que vocês fazem aqui?

Artesão 4: Eles sabem, mas não se interessam. Tem gente que vê no site e diz: “Oxente, isso aqui é em Santa Luzia”, né?

Artesão 2: Tem gente que não sabe nem o que a gente trabalha. Eu digo: “Trabalho lá embaixo”. “Fazendo o que?” “Eu faço é artesanato.” “É mesmo, fazendo o que, sabia não.”

Já teve alguma exposição dos produtos aqui, na cidade?

Artesão 4: Teve não

Artesão 2: Na igreja.

Artesão 4. Ah, foi no centro, no centro... Em Aracaju também.

Mas aqui na cidade só foi...

Artesão 4: 2 vezes.

Aí vocês ficam na exposição, falam...

Artesão 4: Fica respondendo tanta coisa.

Artesão 3: Fica. Fica de castigo. (Risos)

(Contam sobre a viagem a Brasília e a São Paulo, para o curso de fixação de cortinas. Vários casos engraçados sobre a fixação de cortinas.)

Vocês trabalham o dia todo?

Artesão 4: Quando tem produção.

E hoje?

Artesão 3: Hoje, tem que deixar as tramas, pra qualquer momento que aparecer produção.

Exatamente, vocês ganharam o que do Cultura em foco? Vamos fazer a listinha. Os dois teares... banco, mesa...

Artesão 3: Isso.

Prateleira...

Artesão 4: Bebedor, 2 chaves (mostra ferramentas).

A furadeira... brocas.

Artesão 4: Uma caixinha completa de brocas.

Artesão 1: E aquele negócio ali? Aquela máquina.

Artesão 3: É uma furadeira. É de fazer (inaudível). E tem aqui essa máquina de ilhós.

Tem alguma coisa que vocês fazem de celebração? Aniversário, comemoração com o IPTI?

Artesão 3: Não. Eu, não. (Risos) Já tô enjoado de olhar pras cara. (Mais risos)
(Conversa sobre dois almoços ocorridos na sede. Em um deles, comeram com um japonês, embora não saibam o porquê do convidado ilustre.)

Já veio gente sem avisar?

Artesão 3: Já. Mas eu sempre falo: “Quando vier gente, avise, que as vezes nós num tamo lá, tamo pegando material, fazendo alguma coisa. Não tô lá, avise, senão vão quebrar a cara.”

Pra terminar, duas coisas... a Associação, quem teve a ideia de criar, vocês tiveram curso de associativismo, alguma coisa assim?

Artesão 3: Não, foi assim... uma vez eu fui pruma reunião na prefeitura.

Quando foi criada a associação?

Artesão 3: logo, logo.

Artesão 4: No Cultura em foco.

No cultura em foco foi criada a Associação, e depois que ela virou a empresa?

Artesão 3: Continua a Associação... que aí, pra gente tirar uma nota fiscal aí... tem que ter a carteirinha do artesanato. Aí só tira com essa carteirinha, se não tiver a carteirinha a gente vai pagar um custo maior.

Vocês precisam tirar nota fiscal pra que?

Artesão 3: Pra mandar pra São Paulo. As vezes o criente quer com a nota fiscal, né? A gente vai na secretaria em Estância e tira nota fiscal.

Quando vocês vão pra Estância, já é o carro dos cem reais, que tá dentro?

Artesão 3: É, tem que pagar passagem, quando não tem mais, tem que tirar do bolso.

A nota vocês pagam...

Artesão 3: Nove... depende, se for duas, três notas, depende se for muita coisa.

Quem dá esse dinheiro é a Fellicia ou vocês que tiram do bolso?

Artesão 3: A Fellicia.

Sim, vocês criaram a Associação no Cultura em foco, tem reunião, tem ata, tem tudo?

Artesão 4: Gestor 1 levou e (inaudível).

Artesão 3: Foi saindo, foi saindo, aí Gestor 1 levou a ata pra tirar as pessoas que tem lá. Esses diretor, secretário.

Artesão 4: Levou a ata e até hoje.

Artesão 3: Qualquer pepino, eu empurro pra cima deles.

Mas tem reunião, certinho?

Artesão 3: Que reunião? (Risos)

Artesão 2: Pra trabalhar.

Então a Associação só existe pra tirar a nota mais barata. Por que é bom ser associação?

Artesão 3: A Associação foi feita assim... porque se tiver alguma coisa pra ser doado, com a associação fica mais fácil. Agora ela tando regularizada. Porque você pode entrar com empréstimo pro projeto, empréstimo pruma coisa.

(Fala sobre a doação de umas cadeiras, não recebidas por ter menos de 5 anos de criação na época.)

Artesão 3: E pra ter médico, ter dentista. Só que a gente vai no posto mesmo. Quem quiser ne... quem não quiser...

Então a Associação no momento só serve pra tirar nota mais barata.

Artesão 3: É, porque tem que tá regularizada. Porque Gestor 1 levou a ata, regularizar a situação e disse: "Qualquer coisa entro em contato com vocês." Ai outro dia recebemo uma ligação, mais nois tava ocupado. Não fomos lá. Infelizmente não fomos lá. Era de uma feira e uma lojinha, que ia ficar com nossos produtos e depositar na nossa conta. Mas não deu. Porque a gente já teve uma caixa de jogo americano que teve que tocar fogo, que a água esbagaçou tudo. A chuva.

Já participaram de alguma feira?

Artesão 4: Só a do Sebrae. Em Aracaju.

(Conversa sobre mal-entendido em relação ao horário do *check-out*, além de situações vividas na feira.)

Mas vocês acham legal isso de encontrar outros artesãos, falar das experiências?

Artesão 3: É bom.

Artesão 4: É bom.

Tá bom, gente. Por hoje é só. Queria agradecer mais uma vez o acolhimento. Muito obrigada, mais uma vez.

APÊNDICE B - ENTREVISTA COM GESTOR 2¹⁵

SOBRE IPTI

1- Como você definiria o IPTI? Quais os seus objetivos e valores?

O Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI) é uma instituição de ciência, tecnologia e inovação, privada, com fins não econômicos, fundada em outubro de 2003, na cidade de São Paulo (SP), com o objetivo de desenvolver soluções integradas entre tecnologia e processos humanos, tendo como áreas prioritárias a educação, saúde pública e economias criativas.

Em dezembro de 2006 o IPTI iniciou diálogos com o Governo de Sergipe, com o intuito de instalar neste Estado um centro de Tecnologias Sociais, associado à uma experiência de promoção de desenvolvimento social e econômico, com base numa integração entre arte, ciência e tecnologia (The Human Project).

Em dezembro de 2009 o IPTI transferiu sua sede para Santa Luzia do Itanhy, município sergipano selecionado para hospedar o The Human Project, e em 29 de abril de 2010 o Governo de Sergipe qualificou o IPTI como Organização Social (OS) estadual (decreto 27.066).

MISSÃO:

Promover desenvolvimento humano construindo soluções inovadoras, com potencial de escala, para problemas sociais, por meio de metodologias que associam Arte, Ciência e Tecnologia, em colaboração com as comunidades.

VALORES:

- Raízes locais para uma articulação global;

-Compromisso com o risco;

-Poética da diferença;

-Dinâmica visível e invisível;

-Empatia;

- Confiança, perseverança e superação.

¹⁵ A entrevista encontra-se tal como enviada por Gestor 2, respeitando os destaques dados por ele as respostas;

2- De que maneira o IPTI se insere na busca pelo desenvolvimento da área da C&T no Brasil?

Como uma instituição de pesquisa privada, cujo intuito é direcionar a C&T para produção de conhecimento e resultados reais, efetivos às populações em condições de vulnerabilidade. Resultados desse posicionamento são visíveis através da reputação adquirida pela instituição e dos prêmios que ganha. Em 2013, por exemplo, o IPTI foi vencedor do Prêmio FINEP de Inovação, na categoria Instituição de Ciência e Tecnologia (ICT), pela região nordeste.

3- Qual o processo de escolha das áreas econômicas a serem exploradas pelo IPTI?

Em 2007, com a colaboração de vários parceiros internacionais, elaboramos um documento denominado *The Human Project* que traz o conceito de desenvolvimento sustentável do IPTI e onde, explicitam-se as áreas de atuação do instituto.

Esse documento está disponível para consulta:

<http://www.ipti.org.br/wp-content/uploads/2014/04/TheHumanProject.pdf>

O *The Human Project* é um modelo de como arte, ciência e tecnologia podem ser empregados como vetores de promoção de desenvolvimento humano, concebido pelo IPTI e parceiros em 2007.

Desde 2009, o IPTI implementa este modelo na região de Santa Luzia do Itanhy, sul de Sergipe, Brasil, aplicando a relação entre arte, ciência e tecnologia no desenvolvimento de tecnologias sociais nas áreas de educação, saúde e economia criativa, de forma sistêmica e evolutiva.

O *The Human Project* considera a cultura e meio-ambiente como elementos transversais ao processo, responsáveis por configurarem a identidade local do modelo, além de serem responsáveis por preservar aquilo que é próprio ao contexto, ao caráter único que carrega cada cultura, o que faz com que se torne um excelente mecanismo de geração de inovação e de fomento aos processos criativos.

Projeto Cultura em Foco:

4- Como foi a escolha do município de Santa Luzia do Itanhy para receber o projeto Cultura em Foco? Quais as potencialidades e limitações percebidas no município com relação à área da C&T?

Em 2008, após a elaboração do documento The Human Project, decidimos identificar um município em Sergipe, propícia à implantação do que seria um protótipo desse modelo de desenvolvido sustentável trazido no THP. Os critérios foram: município com baixo IDH, município não muito distante de Aracaju e com acesso relativamente fácil, município que tivesse algum potencial, patrimônio imaterial ou material. No caso de Santa Luzia, o que saltou aos olhos, foi a exuberância da paisagem natural e um desconforto em relação a como um município, com atrativos naturais como os que existem lá, poderia ser classificado como um dos mais pobres de Sergipe: Assim, optamos por fazer de Santa Luzia o município modelo de desenvolvimento do IPTI com base nos princípios trazidos no documento THP.

5- Qual a relevância do artesanato para a economia local? De que forma está articulada a sua atuação com as outras atividades desenvolvidas pelo IPTI no município?

A primeira ação de Economia Criativa implantada em 2009, em Santa Luzia, um projeto obtido através de um edital lançado pelo BID onde fomos contemplados, iniciou nesse município todo um ciclo de mudança. Mudança essa não só em função da renda obtida com a venda de produtos, mas também com aspectos de melhoria do capital social, como: aumento da autoestima, confiança, colaboração entre a comunidade, divulgação e promoção do município através do potencial trazido à tona daquilo que é produzido pela comunidade, etc.

No IPTI coordeno a área de Economia Criativa. Atuamos, de uma forma estratégica em 3 áreas: educação, saúde e economia criativa. Essa separação se dá apenas por uma estratégia de obtenção de recursos, uma vez que editais, contratos e convênios estão vinculados às áreas específicas. Mas, na verdade, não é possível atuar em economia criativa sem estar vinculado às ações educativas, por exemplo. Toda a visão de forma de atuação do IPTI está baseada numa visão sistêmica e integrada entre as áreas. Além disso, a área de Economia Criativa por ser a que

mais dá visibilidade aos conceitos da instituição, por tornar tangíveis resultados através de produtos, é a que mais se destaca e a que mais gera subsídios e modelos que são passíveis de serem explorados pelas outras áreas.

6- De que forma foi concebida a relação entre o projeto Cultura em Foco e a atividade artesanal encontrada no município?

O projeto Cultura em Foco foi construído numa época em que a sede do IPTI ainda estava baseada em São Paulo. A partir do momento que tive ciência do edital do BID, contatei a secretária de Ação Social e do Trabalho do Município de Santa Luzia, e solicitei dados referentes à produção local do artesanato. Foi com base nesses dados que o projeto foi formulado. Assim que saiu o resultado do edital, fui à Santa Luzia conferir a produção existente. Me deparei com uma situação bem diferente daquela descrita pela secretária. Na verdade, não havia nenhuma técnica relevante artesanal, mas o que se destacava eram as tais manualidades, que para a visão do projeto e da metodologia que eu propunha não tinha relevância alguma. Dessa forma, o primeiro passo foi aplicar a metodologia e, através das ferramentas de diagnósticos que eu havia elaborado, ficou claro que o potencial do município não era em relação a uma técnica existente, mas sim em relação às matérias-primas ali encontradas. Uma diversidade de palmeiras e capins com os quais poderíamos trabalhar.

7- Como foi o processo de criação das linhas de produtos comercializadas pelo projeto?

A escolha do designer que iria trabalhar com o grupo foi determinante. Entrevistei 15 designers para avaliar a aderência entre o trabalho deles e os objetivos do projeto. Principalmente no que se referia às habilidades e conhecimento que esses designers traziam em relação ao tipo de matéria-prima que iríamos trabalhar.

Em seguida, tivemos a consultoria de uma bióloga que, junto com a equipe de outros consultores do projeto e com os artesãos, fez uma expedição pelas matas na região identificando quais as palmeiras e capins poderiam ser trabalhados e de que forma

essas espécies deveriam ser colhidas, garantindo a permanência e sustentabilidade do patrimônio natural.

Outro aspecto relevante nesse processo é que, desde o início do projeto uma premissa estava bem definida: a de que os produtos gerados deveriam ser de alto valor agregado. O conceito de artesanal está diretamente associado, do meu ponto de vista, ao feito à mão com a maior excelência possível em relação aos padrões estéticos e aos padrões de qualidade.

8- Como você descreveria a criação da Associação Cultura em Foco Sta. Luzia do Itanhy?

A criação da Associação foi uma consequência natural das ações previstas no projeto e era uma das etapas a serem cumpridas, dentro do conceito e metodologia que eu havia criado. A meu ver, a consolidação do ciclo produtivo só seria efetiva se o grupo formado tivesse meios legais e econômicos de dar continuidade àquilo que aprenderam. A Associação foi uma das etapas imprescindíveis à profissionalização.

9- Quais as bases que, atualmente, sustentam a relação entre o IPTI e a atividade econômica baseada no artesanato em Seta Luzia do Itanhy?

Não entendi essa pergunta!!! Poderia, por favor, me explicar?

Matéria-prima:

10- Como pode ser descrita a escolha das matérias primas utilizadas?

Já descrito na pergunta 7.

11- Quais poderiam ser apontados como principais aspectos relacionados a coleta dos insumos necessários à realização dos produtos?

- Extração sustentável;
- Volume e tipologia de matéria-prima ofertada na região;

- Propriedades química da fibra, por exemplo, fibras com muito amido procuramos não trabalhar porque, em geral, são mais suscetíveis a bichos;
- Garantia de consideração dos ciclos naturais das plantas e da natureza, por exemplo, nunca se colhe em lua cheia, pois a retenção de água nas fibras é maior e isso faz com que a fibra apodreça mais fácil, assim como, não se colhe na época de chuvas.

Produção

12- Como é o processo de confecção dos produtos realizados na Associação?

Seguindo as recomendações e ensinamentos técnicos que vem sendo aprimorados desde 2009.

13- Como é o processo de criação nas etapas pelas quais os artesãos passaram?

Defino como Co criação. O designer dá o direcionamento criativo e os artesãos entram com conhecimentos ancestrais que detêm, com pessoas da comunidade que conhecem e que têm habilidades específicas que podem ser agregadas à produção, com indicação de lugares onde pode ser feita a extração e coleta de matérias-primas e, principalmente, com o conhecimento empírico que têm sobre as fibras.

14- Quais os controles realizados para garantir qualidade e padronização dos produtos?

Um acervo com registros técnicos de cada produto, associado a indicação de uma pessoa responsável no grupo para liderar a qualidade dos produtos. Além disso, a qualidade já começa na aquisição de matérias-primas e na forma de coletar as fibras.

15- Atualmente, qual a relação da Associação com a empresa Fellicia?

Fellicia foi criada no final do projeto financiado pelo BID, a partir da identificação de uma necessidade de escoar a produção, de produtos qualificados e de alto valor agregado, para mercados também mais qualificados. Atualmente, a empresa Fellicia cuida da linha de produtos especiais da Associação e os coloca no mercado.

Acesso a mercados:

16- Como se dá o escoamento da produção?

Através da venda para lojistas, venda boutique efetuada pela Fellicia, tanto para consumidor final, quanto para especificadores, arquitetos e decoradores.

Além disso, produtos com ticket médio mais baixo são comercializados pelos próprios artesãos, localmente. Nesse ano de 2018, criamos uma nova linha de produtos, atrelados à marca origine-se. Essa iniciativa trouxe a oportunidade de os artesãos comercializarem seus produtos na Feira origine-se concebida para ser realizada no Museu da Gente Sergipana, pelo menos três vezes ao ano. A primeira edição, de lançamento, foi em julho e em dezembro de 2018 acontece a segunda edição.

17- Como é realizada a comercialização dos produtos?

Descrito já acima.

18- De que maneira é realizada a exposição das mercadorias aos mercados consumidores em potencial?

Através de Catálogo.

APÊNDICE C - E-MAIL PARA GESTOR 1

The screenshot shows a Gmail interface on a desktop browser. The browser's address bar displays the URL: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/QgrCJHrhwMVkVtckcWklRpQJNZpjnGckRG>. The Gmail header includes the search bar with the text "Pesquisar e-mail" and the Gmail logo. The left sidebar shows the "Caixa de entrada" (Inbox) with 308 messages and a list of contacts including Dinah, shi jacy, Simone Sardeiro, Dayanne Paiva, Juntas Somos Fortes, and Wilma Farias. The main content area displays an email from Dinah Sousa Costa, dated 27 de nov de 2018 16:59. The email subject is "Dissertação sobre a cadeia produtiva da Associação Felícia". The body of the email contains the following text:

Sou Dinah Costa, aluna de mestrado em design da Universidade Federal de Pernambuco, orientanda da prof. Dra. Virgínia Cavalcanti e estou desenvolvendo uma pesquisa sobre a cadeia produtiva da Felícia.

Como membro do IPTI, criador do Projeto "Cultura em foco" que deu origem a Felícia, seria muito importante para minha pesquisa ter seu ponto de vista sobre o tema.

Por isso, gostaria de convidá-lo para responder uma pesquisa online. Posso enviar as questões para o seu email, a fim de que fique mais cômodo para o senhor responder.

O senhor teria interesse?

Agradeço desde já. Fico no aguardo.

Dinah de Sousa Costa.

The screenshot shows a Gmail interface in a browser window. The address bar displays a URL from mail.google.com. The Gmail header includes the search bar with the text "Pesquisar e-mail" and the Gmail logo. On the left, there is a sidebar with navigation options: "Escrever", "Caixa de entrada" (308), "Com estrela", "Adiados", "Importante", "Enviados", and a list of contacts including Dinah, shi jacy, Simone Sardeiro, Dayanne Paiva, Juntas Somos Fortes, and Wilma Farias. The main area shows an email thread. The first email is from an unknown sender to "Dinah" with the subject "Dinah de Sousa Costa." and the body "Não tenho interesse." and "att". The second email is from "Dinah sousa costa" to "para [redacted]" with the subject "Dinah de Sousa Costa." and the body "Agradeço a resposta" and "Att". The interface includes standard email actions like back, forward, delete, and archive, and a right-hand sidebar with various utility icons.

APÊNDICE D - E-MAIL ENVIADO A DESIGNER

The screenshot shows a Gmail interface on a web browser. The browser's address bar displays the URL: <https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/QgrcJHsNjCSBjdtpVLMBRRKGMXMSRRhbKqB>. The Gmail search bar contains the text "in:sent".

The email being viewed is titled "Dissertação sobre a cadeia produtiva da Associação Fellicia". It is from Dinah Sousa Costa, with the email address <dinah.392@gmail.com>, and is dated Tuesday, November 27, 2018, at 16:59. The recipient's name is redacted with a blue box.

The email body contains the following text:

Sou Dinah Costa, aluna de mestrado em design da Universidade Federal de Pernambuco, orientanda da prof. Dra. Virginia Cavalcanti e estou desenvolvendo uma pesquisa sobre a cadeia produtiva da Fellicia.

Como professor dos artesãos, seria muito importante para minha pesquisa ter seu ponto de vista sobre o tema.

Por isso, gostaria de convidá-lo para responder uma pesquisa online. Posso enviar as questões para o seu email, a fim de que fique mais cômodo para o senhor responder.

O senhor teria interesse?

Agradeço desde já. Fico no aguardo.

Dinah de Sousa Costa.

The left sidebar of the Gmail interface shows the "Enviados" (Sent) folder selected, with a list of recent sent emails including one from Dinah, one from shi jacy with a link to <https://eventos.unit.br/conqenti>, and others from Simone Sardeiro, Dayanne Paiva, Juntas Somos Fortes, and Wilma Farias.

ANEXO A - ENTREVISTA DE GESTOR 2 A DANIEL DOUEK

Para preservar o anonimato do entrevistado, omitimos seu nome. O restante da entrevista é reproduzida tal como no website discriminado na bibliografia deste documento.

ENTREVISTA

Publicado por A CASA em 26 de Junho de 2012

Por Daniel Douek

 Tamanho da letra 

"Uma cultura não tem que ficar restrita aos seus limites"

Gestor 2 é arquiteta, doutorada em Ciências da Comunicação e cofundadora do Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI), onde atua como coordenadora responsável pela linha de projetos relacionados à Economia Criativa.

O que é o instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI)?

O IPTI foi fundado em 2003 por um grupo de doze pesquisadores das mais variadas áreas – eu sou arquiteta, havia neurocientista, advogado, engenheiro –, todos vindos da universidade. Tínhamos perfil acadêmico: fazíamos pesquisa científica e éramos professores universitários. Além disso, todos já haviam trabalhado em projetos relacionados à tecnologia e inovação. Nosso objetivo era fazer da pesquisa científica uma prestação de serviço como outra qualquer. Não queríamos ficar restritos à universidade, à publicação de teses, artigos, mas fazer daquilo que a gente sabia fazer um negócio e chegar o mais próximo possível das comunidades e das populações. Achávamos que a pesquisa dentro da universidade era algo muito hermético, e que havia um grande distanciamento dos polos onde a vida estava acontecendo, da dinâmica natural, do processo evolutivo das coisas. Qual a missão do IPTI? Produzir pesquisa científica voltada para tecnologias sociais. Trata-se de atuar diretamente em desenvolvimento sustentável nas três áreas de desenvolvimento: educação, saúde e economia criativa.

O que significa Economia Criativa?

São todas as formas de potencializar e dinamizar os elementos relacionados à cultura e à identidade de uma comunidade de forma a obter resultados para sua economia. Por exemplo, em nosso primeiro projeto de economia criativa, em Santa Luzia do Itanhhy (SE), onde está localizada a sede do IPTI, a economia local era baseada, principalmente, na agricultura de subsistência, na pesca e no artesanato. Pesca e agricultura de subsistência, bem ou mal, são atividades que andam por si só. Então, identificamos o artesanato como o grande potencial para começar a trabalhar na economia criativa. O IPTI desenvolveu toda uma metodologia para atuar e se posicionar dentro desse conceito. A primeira coisa é fazer um levantamento iconográfico. Passamos de seis a oito meses fazendo esse levantamento e um diagnóstico para identificar o capital social e socioeconômico da região. A partir daí, criamos uma base de conhecimento sobre aquela comunidade. Nosso primeiro preceito é nunca chegar com uma metodologia estruturada e com um planejamento pronto, acabado, sempre propor um trabalho participativo. Mas o mais importante é conhecer a fundo aquela

comunidade na qual vamos atuar. Isso faz com que, nos projetos do IPTI, se gaste muito tempo com isso. É até uma dificuldade com os financiadores, pois nem todos entendem essa importância, as pessoas querem resultados imediatos. Como temos cabeça de cientistas, jamais conseguiríamos fazer diferente. Construímos toda uma base de dados e é partir daí que elaboramos as metodologias, as ações e vamos para a prática.

O que é e como surgiu o The Human Project, um dos principais projetos do IPTI?

O The Human Project foi concebido por mim como uma ferramenta de inovação para micro e pequenas empresas. Acho que a única forma de viabilizar isso é atuar a partir da integração entre arte, ciência, tecnologia, gerando negócios, num ciclo que se retroalimenta. Concebi essa ideia quando estávamos na incubadora de tecnologia da USP em função das críticas que eu tinha em relação aos processos de gestão administrativa. Eu via que aquilo nunca iria potencializar nenhuma inovação porque os processos são muito longos e burocráticos, faltava incentivo de crédito, enfim, uma série de coisas. Em 2006, já com essa estrutura conceitual, a ideia era fazer um centro de arte, ciência e tecnologia na cracolândia, em São Paulo. Porém, quando começamos a trabalhar e estabelecer relações, descobrimos que já havia uma proposta bem definida para a região e que essa ideia do IPTI não se enquadraria. Como um dos pesquisadores fundadores do IPTI, o Saulo Barreto, é de Sergipe, ele propôs: “Por que não fazer um grande centro internacional de arte, ciência e tecnologia, potencializador de negócios, em Sergipe?”. Então, nós fomos a Sergipe e começamos a identificar lugares por lá. Paralelamente, trouxemos um grupo de colaboradores de vários países, entre os quais o consultor do governo inglês de economia criativa, Tom Fleming, o editor-chefe da revista Leonardo, Roger Malina, a ex-diretora do Arts Council, Bronac Ferran, além de dois artistas ingleses, um pesquisador americano e alguns amigos. Todos nos reunimos para formular o The Human Project. A reunião começou em Mangue Seco (BA), durante um fim de semana, e terminou em Aracaju (SE), nos dias seguintes. Na ocasião, definimos, quais seriam os valores de The Human Project, que eram valores atrelados à visão do IPTI.

Um das coisas que mais me chamou atenção no site do IPTI foi justamente a listagem dos valores da instituição: “raízes locais para uma articulação global”; “compromisso com o risco”; “poética da diferença”; “dinâmica visível e invisível”; “empatia”; “modelos de propriedade”. Você poderia falar brevemente a respeito deles?

Todos esses conceitos têm a ver com essa ideia de um núcleo gerador, onde existe uma identidade própria, mas que nunca fique restrito a um determinado espaço. “Raízes locais para uma articulação global”, por exemplo, é exatamente isso, e constitui a base do The Human Project: de repente, juntamos pessoas do mundo inteiro em Santa Luzia do Itanhy e começamos a fazer uma articulação global – o The Human Project tem esse nome em inglês exatamente por isso. Além disso, defendemos a ideia de que uma determinada cultura não tem que ficar restrita aos seus limites. É preciso sempre enaltecer e trabalhar aquela cultura de forma mais magnânima possível para que ela alcance uma escala maior. Embora os artesãos circulem por distâncias muito pequenas, suas ideias e sua cultura podem transcendê-las – e eu acho que uma cultura tem, sim, que almejar uma escala global. É esse o trabalho da economia criativa. Isso fica muito claro até no que se refere aos produtos que geramos. A ideia do IPTI nunca foi gerar produtos de artesanato, sempre achamos que os produtos teriam que ser de design brasileiro contemporâneo, a partir de técnicas de inserção de artesanato, o que é bem diferente. Aí, sim, você consegue trazer esses elementos para uma escala global. A “poética da diferença” também tem a ver com isso. Quando começamos a trabalhar nos projetos, uma das nossas maiores preocupações era jamais criar impactos negativos numa cultura. Não que não houvesse transformação, porque isso é inevitável, mas impactos que

fizessem com que eles perdessem seus elementos essenciais, aquilo que os diferenciava. Então, desde o começo, o trabalho do IPTI adota a ideia de “poética da diferença”, ou seja, jamais neutralizar a diferença, muito pelo contrário. Não queremos, nunca, que eles fiquem iguais a nós e nem que nós fiquemos iguais a eles. Isso é sempre mantido, com cada um se posicionando da forma mais democrática possível. Os “modelos de propriedade” surgiram numa época em que estávamos muito envolvidos com Creative Commons e procurando alguns modelos alternativos para a Propriedade Intelectual. Uma das premissas do IPTI era que em nossos projetos isso fosse sempre um elemento da pauta de discussão. No Cultura em Foco, por exemplo, isso pautou todo o processo. Os produtos não são meus, eles não são dos designers, eles não são de ninguém, mas de uma coletividade baseada no tripé IPTI, Associação dos Artesãos de Santa Luzia do Itanhy e Fellicia, que é uma empresa comercial que vende os produtos e, além de remunerar os artesãos pelo trabalho, reverte uma porcentagem de seu lucro tanto para o IPTI quanto para a Associação, para gerar inovação. Uma das questões principais, até contratuais, quando se contrata consultores do IPTI, é essa discussão da propriedade das coisas, dos bens, das ideias, ela tem que estar na pauta de discussão em que todos participam.

Como arte, ciência e tecnologia, atuando juntas, podem constituir um modelo viável de promoção de desenvolvimento sustentável?

Eu sou arquiteta, fiz mestrado, doutorado e pós-doutorado, e nunca vi tecnologia e pesquisa científica como áreas isoladas em relação a processos criativos ou a arte. Para mim, a arte estava sempre tangenciando tudo. Não acredito na inovação e na tecnologia que não tenha esse fundamento. Quando propusemos a constituição de um Instituto de Pesquisa em Tecnologia e Inovação, até pela vertente de como ele foi criado, por essa multidisciplinaridade e transdisciplinaridade, sempre provocávamos a interação entre ciência, arte e tecnologia. Isso é uma característica do IPTI. Mesmo em projetos como o do “hemoglobinômetro”, que foi desenvolvido na área de saúde, não é uma coisa que fica restrita aos pesquisadores dessa área de conhecimento. Em determinado momento, por exemplo, é preciso criar um logotipo para aquele projeto, elaborar a comunicação visual que iremos utilizar para apresentá-lo aos financiadores, às lideranças locais, à comunidade, pensar na divulgação na mídia. Então, a arte é sempre um elemento potencializador de qualquer processo científico e tecnológico. Essa ideia passou a ser uma vertente de toda pesquisa, de tudo o que é desenvolvido no IPTI. Isso vem desde o momento de discussão da construção de um projeto, de sua proposição, até o resultado final, como isso é mostrado, divulgado.

O que é o projeto Cultura em Foco?

O Cultura em Foco é um projeto que foi concebido por mim e submetido ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) através de um edital. Depois, integramos mais alguns parceiros, como o BANESE Card, de Sergipe, o Sebrae-SE e a prefeitura de Santa Luzia do Itanhy. O projeto começou a ser executado em julho de 2009 e seu objetivo era trabalhar com o que seria o artesanato local. Costumo dizer que foi um projeto de escritório, de laboratório, desenvolvido por mim em São Paulo, a partir de dados que eu recebia da Secretaria de Assistência Social do município, dizendo o que havia de artesanato ali. Fiz o projeto, submeti, e foi aprovado. Quando fui a Santa Luzia do Itanhy, na exposição de artesanato local organizada pela primeira-dama na Secretaria de Assistência Social, para me receber, tive vontade de desistir. Eu olhei para o Saulo Barreto, pesquisador do IPTI que estava comigo, e falei: “Vou devolver esse recurso para o BID”. Não tinha condições. Eles não tinham nenhum artesanato de tradição, nenhum artesanato de fato. O que tinham eram manualidades – a bonequinha de biscuit, o pano de prato, aquelas coisas bem comuns. Eu

me perguntava: “Mas como?”. Os boletins e os relatórios que recebia eram bem diferentes. Mas pensei: “Tudo bem, vamos começar a trabalhar e, com otimismo, vamos ver se chegamos a algum lugar”. Foi surpreendente. Os resultados foram, realmente, surpreendentes.

Como lhe falei, a primeira coisa que fizemos foi o levantamento iconográfico e o diagnóstico. Os dados eram muito ruins, sempre, só que através desses instrumentos metodológicos, conseguimos chegar a três tipologias passíveis de serem desenvolvidas: a primeira delas, pela abundância de matéria-prima, foram as fibras vegetais; a segunda foi a de tecidos, porque toda mulher sabia fazer crochê, pintar, mas nada relevante, nenhum bordado de tradição; a terceira foram as miniaturas de raiz de araticum, aquela árvore que dá no manguê e tem raiz aérea. Tínhamos recursos do BID para alavancar só uma dessas tipologias. A maioria das pessoas que se diziam artesãos não eram, eram pescadores, que é a atividade preponderante na comunidade. Então, tínhamos que fazer o processo formativo, depois discutir qual o tipo de organização coletiva iríamos estruturar, depois trabalhar a comercialização, enfim... O projeto tinha que passar por todas as etapas e provar que aquela metodologia dava resultado. Estava estruturando e consolidando uma metodologia que já tinha sido desenvolvida em 2006 e 2007, num projeto chamado Empreende Cultura, que foi realizado em seis estados do Brasil. Meu anseio era pegar aquele projeto que havia sido desenvolvido numa escala macro, e focalizar num lugar, em um município, para que conseguíssemos ter domínio de todas as variáveis metodológicas do processo. E foi isso o que fizemos em Santa Luzia do Itanhy. No fim, conseguimos trabalhar com todas as tipologias. Para a tipologia de fibras vegetais, contratei o Designer, um designer de São Paulo que já trabalhava com uma linha de persianas. Compramos os teares e, a princípio, ele havia ido para ensinar aquela técnica. Isso acabou sendo expandido e, hoje, já temos até uma linha de luminárias usando fibras vegetais. Para a tipologia de tecidos, não tínhamos recursos para contratar novos designers. Mas consegui mobilizar o André Bastos e o Guilherme Leite Riberio, do Estúdio Nada se Leva, em relação à causa do projeto. Eles revisitaram os fuxicos, nos cederam uma padronagem e criamos uma linha de tecidos artesanais de fuxico com mantas e almofadas. Já para trabalhar com a raiz do araticum, havia apenas um artesão que produzia as miniaturas. Eu achava muito interessante. Essa raiz parece uma madeira balsa, é muito leve, e para não perder a tradição dessa técnica, que apenas um artesão era detentor, o IPTI investiu recursos próprios. Formamos quarenta meninos, jovens da comunidade, que aprenderam a fazer aquilo e até hoje fazem. De certa forma, conseguimos desenvolver todas as tipologias. Comercialmente, obtivemos resultados nos tecidos e nas fibras vegetais, que foram as tipologias onde trabalhamos toda a cadeia. O projeto tinha como um de seus objetivos gerar produtos que pudessem ser direcionados às classes A e B. Isso porque identificávamos que já havia muito artesanato voltado às classes C, D e E. Então, os produtos tinham que ter alto valor agregado, voltado às classes mais altas, onde percebíamos que havia um nicho a ser explorado. Hoje, os produtos estão em lojas como a Conceito: FirmaCasa, lojas desse porte no Brasil inteiro.

Além da requalificação do artesanato, o projeto Cultura em Foco atuou também na promoção do cooperativismo entre os artesãos de Santa Rita do Itanhy. Sobre o relacionamento interpessoal naquela comunidade, o que foi identificado no diagnóstico e como se deu a atuação diante do quadro verificado? Pelo diagnóstico, percebemos que o capital social naquela comunidade era baixíssimo, as relações de confiança eram muito frágeis. Por exemplo, uma das perguntas do questionário aplicado à comunidade era: “Você tem amigos? Quantos amigos você tem?”. E as respostas foram muito recorrentes: “Eu não tenho nenhum amigo”, “Ninguém é amigo de ninguém”. Isso nos chamou a atenção, porque Santa Luzia do Itanhy é um município de 13,9 mil

habitantes, sendo que apenas 3,5 mil ficam na sede, e o restante, distribuído pelos povoados. Imaginávamos que as relações de convivência eram muito boas. Diferentemente de São Paulo, achávamos que lá era um ambiente amigável, onde as pessoas tinham confiança umas nas outras. Mas não tinham, não trabalhavam colaborativamente e não estavam acostumadas a trabalhar em grupo. Primeiro, pelo fato de que a maioria das pessoas de lá nunca teve uma relação de trabalho formal; sempre que se submetiam a alguma espécie de trabalho, ainda era aquela coisa da submissão ao outro. Quando nós os chamávamos para a discussão, quando começavam a perceber que podiam opinar sobre as coisas, que as relações ali estabelecidas se voltavam totalmente para eles, não sabiam como lidar e recuavam. Então, nós fomos trabalhando isso com eles, inserindo algumas técnicas dentro das oficinas. Contratei uma pessoa para discutir questões relacionadas ao mercado e essa relação do grupo. Ela ia toda semana, fazia dinâmicas e, com base no diagnóstico, lidava com as questões que achávamos prioritárias. Senão, como você vai trabalhar processos de economia criativa, em que a confiança é o primeiro item que deve ser estabelecido no grupo para que se possa trabalhar colaborativamente, coletivamente, estimulando-se a criatividade? Era uma realidade que não se adequava à proposta inicial do projeto. Quando começou a entrar dinheiro, a situação se complicou bastante. Entre eles, a relação era muito agressiva, de desconfiança, beirando a agressividade. Enfim, a realidade de uma comunidade é extremamente delicada, complexa e multidimensional. Acho que o sucesso dos projetos do IPTI se dá porque sempre trabalhamos de forma multidimensional e com uma inserção muito cuidadosa, despreziosa, muito mais ouvindo e aprendendo do que entrando com um conhecimento pré-estabelecido. Partimos sempre do princípio de que não conhecemos nada. De fato, você não conhece nada quando está começando a trabalhar com as comunidades. Cada pessoa traz uma delicadeza que tem que ser ouvida, percebida e, para isso, não existe uma metodologia pronta. A metodologia que se estabelece é essa, perceber que cada grupo funciona de uma maneira específica. É preciso olhar para isso, entender e, a partir daí, começar algumas pequenas atuações e inserções. Hoje, a situação se reverteu bastante em Santa Luzia do Itanhy. É interessante falar também que Santa Luzia do Itanhy fica a 1h15 de Aracajú, e a maioria dos artesãos do projeto nunca tinha ido para a capital. Em 2010, eles foram para a Feira do Empreendedor, do Sebrae, onde montamos um estande, e, este ano, eles foram para um evento em Brasília. Sempre vão dois ou três e são eles que têm de falar com o público, apresentar o projeto, vender. Então, começam também a se olhar de forma diferente: “Ele é meu parceiro, estamos construindo algo em conjunto”. Eles veem os resultados. De qualquer forma, é um processo muito longo, muito delicado e é preciso paciência.

Mesmo com produtos de qualidade, muitos projetos realizados em diversas regiões do Brasil encontram dificuldades para inserir-se no mercado. O modelo de negócio proposto no projeto Cultura em Foco está estruturado no tripé pesquisa/inação, produção e comercialização dos produtos, onde cada função é desempenhada por uma instituição especializada (respectivamente, IPTI, Associação dos Artesãos de Santa Luzia do Itanhy e Fellicia). Esse modelo de negócio é uma alternativa viável à comercialização?

O grande problema é que a maioria dos projetos termina no objeto, e não na venda. Nitidamente, os próprios órgãos financiadores propõem que se chegue a um resultado, que é o produto. Chegou ao produto, mostrou que fez as oficinas, está pronto o projeto. É uma falha que existe desde os editais. Eu nunca encarei isso como verdade. Uma das coisas que sempre falo do projeto Cultura em Foco é que ele não acabou. O recurso dos financiadores acabou em novembro de 2011, os relatórios técnicos foram todos apresentados, mas, para mim, se o projeto tivesse acabado, seria um fracasso. Instauramos uma nova dinâmica

naquela comunidade, não é uma coisa com começo, meio e fim. Enquanto for uma metodologia viável, tem que permanecer vivo. Tanto é que eu continuo indo lá todos os meses, estamos com uma linha de produção em funcionamento. No projeto Cultura em Foco, fundamos e estruturamos a Associação Cultura em Foco de Santa Luzia do Itanhy e criamos a Fellicia, uma empresa comercial para a venda dos produtos. Geramos um modelo de negócio específico que funciona como um ciclo no qual a Felícia, além de remunerar os artesãos pelo trabalho, tem uma porcentagem de seu lucro revertida tanto para o IPTI quanto para a Associação, para gerar inovação. O IPTI atua como agente idealizador de novos conceitos, sempre identificando editais e potencialidades de trazer inovação para a Associação, e a Associação é produtora. Esse modelo do tripé tem dado certo. Ele ainda é bastante novo, nós começamos a colocar os produtos no mercado apenas em meados de 2011 – abrimos a Fellicia em agosto de 2011. Até então, vendíamos para amigos, de forma bastante informal. Com a criação da Fellicia, não paramos mais a produção, e os produtos chegaram rapidamente onde queríamos. Sou em quem faço a gestão dessa empresa e nunca tive que negociar preço com os compradores, condições de pagamento. Isso foi outra coisa que eu aprendi. Não entendo nada da parte comercial, não sou da área, mas comecei a me colocar nisso forçada por uma tentativa de viabilizar o projeto. Percebi que o comércio tem uma dinâmica muito própria. Em geral, as coisas funcionam da seguinte forma: os lojistas vêm à feira, fazem os pedidos, e apenas trinta ou sessenta dias após a entrega é que eles vão pagar. Nesse projeto, jamais poderíamos trabalhar dessa maneira. Trata-se de uma ação de consumo consciente, de desenvolvimento sustentável. Não posso fazer com que meu artesão produza, por exemplo, mantas de fuxico, que demoram dois meses para ficarem prontas, e receba só depois de mais trinta ou sessenta dias. Não dá, é uma dinâmica que mata o negócio. Então, trabalhamos assim: no momento em que o pedido é feito, 50% tem que estar garantido, e os outros 50% são pagos na entrega. Tem funcionado muito bem, mas isso requer a conscientização de que é uma cadeia diferenciada. Cada vez que faço uma venda, vendo não só o produto, mas uma palestra. Procuro mostrar ao lojista que ele não está simplesmente comprando um produto qualquer, que ele não sabe quem produziu, que tanto faz se veio da China, Nova Iorque ou São Paulo. Ele passa a ter um comprometimento com aquele grupo, com aquela comunidade. Eu mostro como ele está inserido naquela rede de produção. Tudo isso faz com que as coisas tenham outra cara.

Há quem afirme que já se foi o tempo do artesanato. Como você avalia essa questão?

Eu não concordo. A exacerbação de processos tecnológicos na sociedade contemporânea tem provocado uma certa exaustão e motivado um movimento de retorno e busca a processos mais “humanizados”. Desta forma, se a carga simbólica atrelada aos produtos artesanais for enaltecida e se os estes fizerem sentido em relação aos padrões estéticos desta sociedade, passam a ter um grande potencial de mercado, pois nos remete diretamente ao sentido daquilo que é humano. Quando falo sobre a carga simbólica do produto artesanal falo de aspectos como, por exemplo: o objeto como ícone de uma identidade e de uma cultura específica; a relação indireta estabelecida, através do objeto, entre seu produtor e quem o adquiriu; o desencadeamento de lembranças e/ou valores de uma experiência vivida atrelados ao objeto. Na verdade, estamos vivendo um momento de renascimento. Na década de 1990, houve um boom dessa relação entre designers e artesãos, e o artesanato foi redescoberto. Até então, quando se viajava, por exemplo, ao Nordeste, que é um dos principais polos de produção artesanal no Brasil, só havia produtos naquelas feirinhas locais, coisas muito malfeitas, interessantes, mas sem requinte. Na década de 1990, essa realidade começou a mudar. Muitas instituições se voltaram a isso, embora nem sempre da melhor maneira possível. Ao longo do tempo, aprendemos bastante. Para começar, se você vai fazer um

projeto de inserção de design em uma comunidade de artesãos, o primeiro passo não é a contratação do designer. Antes de tudo, é preciso conhecer aquela realidade, saber qual é o seu potencial. A partir daí, definem-se os pressupostos que irão orientar na escolha do perfil mais adequado de profissional para o trabalho. Isso é muito complexo, não é simplesmente a parte técnica. De repente, a pessoa pode ser um excelente técnico daquilo que ele faz, mas não tem nenhuma afinidade com a comunidade. Então, o projeto estaria fadado ao fracasso.

Como se deu a interação entre designers e artesãos no processo de criação dos objetos no projeto Cultura em Foco?

Desde que o IPTI foi para Sergipe, uma das coisas que tem nos incomodado e provocado uma reflexão é a questão de como enaltecer e potencializar a criatividade local. Obviamente, essa criatividade já existe, não há ser humano que não seja criativo. O problema é que, por conta do próprio processo civilizatório local – que, infelizmente, é uma realidade verificada em muitos outros lugares do Brasil – temos uma cultura que não enaltece as pessoas, mas os poderes e seus interesses. A população de Santa Luzia do Itanhhy tem baixíssima escolaridade. Aqueles que frequentam as aulas se deparam com uma escola de péssima qualidade, que não apresenta novos horizontes. Assim, seria muito pueril de nossa parte achar que, hoje, eles poderiam ser protagonistas dos processos criativos. Para o desenvolvimento de produtos, chegamos com uma proposta e algumas ideias, mas nenhum deles tem o desenho pronto, pré-estabelecido. As luminárias, por exemplo. Inicialmente, existia uma ideia de como fazer as luminárias, mas várias questões técnicas, da costura, da maleabilidade da palha, do tratamento da palha, nem eu nem os designers sabíamos. Então, na solução técnica da peça, os artesãos entravam com seu conhecimento e várias formas resultaram disso. Percebemos que esse é um canal em que a criatividade deles entra.

O IPTI acredita que, a partir do momento em que os processos criativos são dinamizados, são necessários quinze anos para que aquilo se instaure como uma vertente. Promovemos muitas oficinas e projetos para começar a motivar isso. Temos um curso de arte naturalista voltado aos jovens da comunidade para o qual levamos um professor que ministra aulas de ilustração científica sobre mangue. Há também outro projeto sendo desenvolvido chamado Arte e Consciência, onde alunos de várias escolas em vários municípios criam dispositivos para virarem objetos nas exposições de arte, ciência e tecnologia. Ou seja, tudo isso é foco da nossa preocupação, mas não dá para dizer que, atualmente, eles irão conseguir produzir por si só uma linha de produtos que obtenha sucesso no mercado, pois aquela população nunca foi estimulada a pensar de forma criativa. Então, acho que esse papel acelerador não só do designer, mas de todo o processo periférico relacionado ao desenvolvimento do papel criativo promovido pelo IPTI é necessário para que eles possam se tornar protagonistas num período de quinze anos.

Aquilo que é feito há muitas gerações não constitui um elemento que deve ser perpetuado e valorizado?

Eu acho que você pode fazer adaptações. Qual o objetivo disso tudo? Fazer com que as pessoas vivam de seu saber fazer. Você pode manter um artesanato de tradição, mas o fato de inserir técnicas e proposições formais novas é uma forma de manter as pessoas vivas a partir de seu saber fazer. Essa é, para mim, a causa principal, muito mais importante do que a manutenção da técnica, deixando todo mundo morrendo de fome, sem conseguir viver daquilo.

Se já existe um valor estético naquilo que é produzido, tudo bem. O que você pode fazer é inserir novos produtos, mas não mudar a técnica, não tem motivo. Cada caso é um caso, por isso é preciso ver do que e de quem se está falando, saber quem está por trás disso,

que conhecimento é esse que está instaurado na comunidade.

Quais os resultados já obtidos pelo projeto? Já se verificam transformações sociais e econômicas na comunidade?

Sim, em várias escalas. Para mim, o mais significativo são as relações de capital social. A confiança, a colaboração e a participação melhoraram muito. Hoje, eles sabem que podem querer, eles opinam. Antes, não sabiam que podiam querer, escolher, não tinham desejos. Há também uma melhora na questão da autoestima. O projeto resultou em várias publicações e em um documentário da TV Aperiipê, de Sergipe. Quando viram seu trabalho chegando aonde chegou, pessoas que acreditavam não terem valor nenhum – isso foi incutido na cabeça deles – sofreram um enorme impacto em sua autoestima. Além disso, o projeto transformou a relação das pessoas com o trabalho. O que aparece como possibilidade de trabalho para aquela comunidade é muito desestimulante. Geralmente, é um trabalho exploratório, em que não há protagonismo do indivíduo, em que sua identidade não interessa. Então, o projeto gerou um impacto muito importante. Também poderia citar a credibilidade da comunidade em relação ao IPTI. Hoje, qualquer projeto que o instituto apresente tem uma adesão enorme. Quando começamos nossas atividades, nas primeiras reuniões com a comunidade, eles diziam: “Muitos já passaram por aqui, prometeram essas coisas e foram embora, nós ficamos aqui cheios de esperança e não aconteceu nada”. Eles viram que a história do IPTI com eles tem sido muito diferente. No projeto Cultura em Foco, a associação de artesãos foi constituída por catorze artesãos fundadores, mas, atualmente, beneficiamos sessenta pessoas diretamente ligadas ao projeto. Em relação à questão financeira, de agosto de 2011, quando iniciamos o processo de comercialização, até agora, os catorze artesãos fundadores já tem uma renda média de R\$ 1 mil por mês. Para mim, está ótimo. Espero que os sessenta consigam atingir esse patamar.

Também acho importante destacar como resultado que os artesãos aprenderam os processos de gestão, isto é, estão conseguindo gerir sua produção. Eu vou uma vez por mês, o Designer tem ido também, mas quando ligamos e fazemos um pedido, eles dão conta de produzir. Eles sabem o que estamos pedindo e temos a garantia da produção com qualidade. Isso é um ganho enorme. Finalmente, houve mudanças na forma como eles se veem. Ouvi declarações muito interessantes dos artesãos. Vários deles falaram: “Nossa, botávamos fogo nesse mato que tínhamos no quintal, não sabíamos que poderia virar uma coisa bonita assim”. Na última vez que eu fui, uma artesã estava produzindo uma cúpula enorme e disse: “Isso que estamos produzindo só pode ser pra casa de gente rica, porque na casa de gente pobre não tem nem altura para colocar”. Eu respondi: “É verdade”. E ela continuou: “Nunca poderíamos imaginar que iríamos produzir coisas para pessoas ricas, que os nossos objetos seriam valorizados”. Acho que tudo isso é muito legal, essa configuração da rede humana de valores, na qual você tem na sua casa uma peça que é feita por uma comunidade que não tem nem saneamento básico, mas é capaz de produzir algo esteticamente primoroso.

Ao estimularem a produção de objetos que fazem pouco sentido aos artesãos, como, por exemplo, os jogos americanos, vocês não se deparam com questionamentos por parte da comunidade?

Constantemente. É a tal da poética da diferença. Temos uma linha de jogos americanos, mas não comercializamos, deixamos para eles venderem localmente. Eles não chamam de jogo americano. Tem uma senhorinha que faz, utilizando uma trama bem tradicional, que chama de “tapete de mesa”. Então, com eles falamos que são os “tapetes de mesa” – é assim que eles se identificam com a peça. Mas, de fato, não têm o hábito de usar em suas casas.

Mesmo que eles não tenham as luminárias em casa, conseguem se identificar com aquela peça. Com o jogo americano, eles se identificaram através da ideia de “tapete de mesa”. As persianas, para eles, são como as esteiras, que tem a ver com a tradição. Recentemente, descobri que Sergipe foi um grande polo de tecelagem até depois da Segunda Guerra – exportava para os Estados Unidos, inclusive. Havia um parque industrial consolidado basicamente em cima da indústria têxtil. Depois, com a introdução de novos fios, quando a guerra acabou e o mercado ficou aberto, foram a bancarrota. Hoje, há alguns galpões fechados que eram de tecelagem. Ou seja, introduzimos o tear e, sem querer, resgatamos esse traço cultural. Quando descobri isso, vários artesãos falaram: “Ah, meu pai trabalhava em indústria têxtil”. Percebia-se que era uma coisa que fazia parte daquela cultura. Isso foi por acaso, mas acho que não tem nada que se choque com a cultura local. Talvez as mantas, porque tem uma padronagem europeia – pied-de-poule, pied-de-coq, tartan –, cores neutras – branco e bege, bege e preto, branco e preto –, que não fazem parte da cartela de cores exuberante deles. Mas em nenhum momento encontramos restrições.

Essa é uma forma de trazer a eles elementos de uma poética diversa. Assim, eles começam a ter contato com outras referências e têm a opção de escolher o que e como fazer. Mas é muito curioso que, muitas vezes, os vizinhos querem comprar as peças. Então, acho que eles se identificam. Eles não estavam habituados, mas a partir do momento em que você mostra, tem esse apreço, eles se veem ali. Às vezes, é dado para eles só aquela exuberância de cores, aquela mistura, sem um direcionamento, aquela música alta de letra e ritmo discutível, mas quando você apresenta outras coisas, eles também gostam. Esses dias foi curioso, pois eu cheguei na oficina e eles estavam ouvindo música clássica. Eu perguntei: “O que é isso aqui?”. Eles responderam: “Estamos adorando essa música que nós descobrimos”. Eu acho ótimo. Não estamos descaracterizando nada, apenas ampliando o leque de conhecimento dessas pessoas.

ANEXO B - ENTREVISTA DE GESTOR 2 A ANA PAULA MACHADO

Para preservar o anonimato do entrevistado, omitimos seu nome. O restante da entrevista é reproduzida tal como no website discriminado na bibliografia deste documento.

A Fellicia transforma fibras em objetos de decoração de luxo e está mudando a vida de artesãos de Sergipe

[Ana Paula Machado](#) - 25 de setembro de 2017

A arquiteta Gestor 2 iniciou um trabalho de pesquisa, que acabou gerando o negócio social, hoje tocado em parceria com sua irmã X.

Felícia dos Santos Souza, 52, é artesã. Nasceu e cresceu sobrevivendo em uma economia baseada na pesca de aratu (caranguejo típico de manguezais do Nordeste brasileiro), em uma cidadezinha com 13 mil habitantes no interior de Sergipe, Santa Luzia do Itanhy. Além de saber pescar, atividade que aprendeu ainda menina, também trabalhou no campo preparando a terra para a plantação de capim. Casou muito nova, teve três filhos, sofria violência doméstica e por muito tempo trabalhou em troca de comida e teto na fazenda do sogro. Hoje, sua realidade é muito diferente. A artesã agora é também empreendedora e empresta seu nome à empresa que ajudou a construir, a Fellicia, e assina peças de decoração feitas a partir da tecelagem de fibras vegetais ao lado de importantes designers, como os Irmãos Campana, atendendo ao mercado de luxo no Brasil e começa a ir para o exterior.

Assim como Felícia, outros pescadores do Nordeste tiveram o rumo de suas vidas transformado pelo trabalho do Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação, o IPTI, que viabilizou diversos projetos pelo Brasil – como o Cultura em Foco em Sergipe que deu origem à marca Fellicia. A empresa foi criada com o objetivo de viabilizar a venda de persianas, luminárias, passadeiras e outros produtos artesanais criados a partir de materiais naturais como piaçaba, junco, dendê, capim-estrela,

jaraguá e oricuri. Gestor 2, 48, a arquiteta e pesquisadora que está à frente deste trabalho, fala sobre a estrutura financeira do projeto:

“Trabalhamos com um conceito de fundo de inovação em que os artesãos recebem 50% da receita das vendas e um adicional fixo, e reinvestimos os outros 50% no próprio negócio”

E prossegue: “Assim estimulamos a inovação no trabalho dos artesãos e conseguimos arcar com as despesas de instalações e treinamentos”. Gestor 2 sonhava em colocar em prática um projeto de economia criativa baseado em desenvolvimento sustentável, que qualificasse artesãos, contribuísse para o aumento da fonte de renda da população e valorizasse a cultura e a arte local.



Algumas capas de almofada, persianas e pendentos de lustre (todos feitos à mão pela Felícia) da Felícia estão no showroom da marca, em São Paulo (foto: Ana Paula Machado).

Quando os planos deram certo em Santa Luzia, a arquiteta teve de começar a pensar em um caminho que não estava nos planos iniciais: empreender. E foi dona Felícia, uma das primeiras artesãs a entrar para o time, quem sugeriu o modelo de negócio inicial. “Tínhamos estabelecido que cada artesão ganharia de acordo com o que produzisse, mas chegou na época do pagamento e a Felícia, que receberia

muito mais do que os outros por causa do alto desempenho, sugeriu que o lucro todo fosse dividido por igual”, conta Gestor 2. Estava decidido o nome da empresa.

PESCADORES SE TORNAM EMPREENDEDORES, ONG VIRA NEGÓCIO SOCIAL

A maior parte da população de Santa Luzia do Itanhy é pescador de aratu. Segundo dona Felícia, é preciso um dia inteiro para conseguir um quilo do caranguejo, que rende, em um bom dia para pesca, mais ou menos 20 reais e ainda precisa ser descontado para a alimentação própria. É neste cenário que a tecelagem aparece como alternativa de renda e a chance de melhorar a vida. Os que aceitaram o desafio já conquistaram condições melhores. “A renda média era muito baixa. Com o trabalho na Fellicia, os artesãos recebem o fixo de 600 reais mais o valor referente às vendas. O aumento foi expressivo, em torno de 500%”, conta Gestor 2.

A artesã Felícia foi uma das primeiras a aderir ao projeto, que destina 50% da receita das vendas a quem faz as peças.

Tudo começou lá atrás, em 2004, quando Gestor 2 e outros colegas pesquisadores resolveram transformar as teorias das pesquisas científicas em benefícios reais às comunidades brasileiras. Foi assim que surgiu o IPTI, e a ONG ganhou credibilidade, por meio de grandes projetos dos quais participou, logo que nasceu.

“Fomos muito solicitados para ser um executor de políticas públicas”, conta a pesquisadora-recém-empREENDEDORA. “Decidimos que iríamos trabalhar com educação, saúde e economia criativa, sempre em um modelo de desenvolvimento sustentável e com a premissa de que todos tinham que fazer intercâmbio com artes, ciências e tecnologia, que era de onde vínhamos.”

Gestor 2 continua cuidando do IPTI paralelamente a seu trabalho na Fellicia. Os projetos do instituto ganharam grandes proporções, e a inspiraram a re replicar a metodologia, em escalas menores: “Em um desses projetos, que fizemos junto da Confederação Nacional da Indústria, trabalhamos a ideia de que a referência cultural poderia ser um elo de inovação para micro e pequenas empresas. A partir daí ficamos com vontade de dar um passo atrás e fazer um piloto, para controlar melhor as variáveis”, conta.

O sonho se tornou possível quando a instituição foi selecionada em um edital público do Banco Interamericano de Desenvolvimento, o BID, em 2008. O recurso oferecido para o desenvolvimento das ações foi de 100 mil dólares — e este o investimento inicial na Fellicia. “Depois, também tivemos um aporte de recursos do Banco do Estado de Sergipe e do Sebrae que, juntos, somavam em torno de 100 mil reais”, conta Gestor 2.

DESAFIOS E OS PRIMEIROS PASSOS DA MARCA

Santa Luzia do Itanhy foi escolhida porque atendia critérios importantes: “Encontramos baixo índice de desenvolvimento humano e, por mais que seja um lugar pobre, tem um patrimônio geográfico interessante e fácil acesso à capital, Aracajú, que fica a 1h30 de lá”, afirma Gestor 2. Mas a pesquisa mostrou também que ali não existia um artesanato típico local para servir de base para o projeto. Então, foi preciso começar do zero.

O primeiro grande desafio estava posto: convencer as pessoas que ali chegavam dos benefícios que o projeto traria. “O ônibus da prefeitura chegou na sede trazendo umas 80 pessoas no primeiro dia e eu pensei ‘nossa, tem bastante gente interessada’”, conta. “Mas logo descobri que, quando a prefeitura passava para buscá-los, geralmente era por causa dos programas assistencialistas. Então, eles estavam achando que iam receber alguma bolsa e, na verdade, a gente estava dando uma oportunidade de desenvolvimento para potencialidades. Demorou um tempo para que as coisas se esclarecessem. No final, ficaram dez pessoas.”

O trabalho começou. Oficinas de design e tecelagem com as fibras vegetais colhidas na região permitiram que as primeiras persianas fossem confeccionadas. Os mais novos artesãos também tiveram aulas de botânica para compreender melhor o material que estavam manuseando e a parceria com o Sebrae permitiu que eles aprendessem sobre empreendedorismo – desde como precificar até como montar uma empresa. E desafios começaram a aparecer. Gestor 2 conta das dificuldades e frustrações que também fizeram parte desse processo:

“A gente via situações em que faltava pouco para uma pessoa alcançar os objetivos e ela desistia, ia embora. E também não recebia apoio da família para continuar”

Apesar de tudo isso, com a dedicação de Gestor 2, de colaboradores e dos artesãos que ficaram, o lucro logo começou a aparecer. “O projeto de fibras é muito feliz porque a gente conseguiu uma linha de produtos bem diversificada e que, por mais que seja todo artesanal, tem volume de produção. Com o tear fazemos metros de persiana e tapete, diferente de uma almofada, por exemplo, que é feita por unidade”, conta a empreendedora social.

O SEGREDO ESTÁ EM SABER COMO E PARA QUEM VENDER O ARTESANATO DE LUXO

Com a produção a todo vapor, a criação da Fellicia foi um passo óbvio e necessário a ser dado. “Quando começamos a fazer o portfólio dos produtos começamos a nos questionar para quem aqueles artesãos iriam vender aquelas peças de tamanha qualidade. Eles não tinham autonomia para chegar a Aracajú e nem queriam isso. Queriam ficar lá, tecendo”, diz Gestor 2. “Aí eu senti a necessidade de criar um modelo de negócio específico com perfil diferenciado, que não fosse o capitalista do século 20, mas que tivesse um conceito social, fundamental para fechar o ciclo.”



Pendente com cúpula de fibra natural de Junco e eixo de madeira de Catuaba, da Fellicia, é uma das peças do catálogo.

A primeira grande encomenda foi feita pelo prefeito da cidade na época, que decorou sua fazenda com as persianas. Depois, após projeção que o trabalho ganhou por meio do prêmio socioambiental do museu A Casa em 2012, as peças foram parar na coleção da loja de móveis e decoração Tok Stok.

“Desenvolvemos uma linha de passadeira para mesa e jogo americano, que fornecemos para a rede por três anos”, conta a arquiteta. Outra encomenda expressiva foi a do Banco do Estado de Sergipe que, em um processo de reformulação das 65 agências, resolveu “sergipianizar” a decoração com produtos de fibra Fellicia – até agora seis agências foram finalizadas.

As persianas estão entre os artigos mais procurados da marca. É possível escolher as fibras de oricuri, capim-estrela, dendê, capim jaraguá, buri, piaçaba e junça (o metro quadrado custa a partir de 380 reais). Outra peça que se tornou objeto de desejo é a luminária de piso Fibra do Dendê, com base de madeira de Ipê. A criação é dos designers X e Y (o preço mínimo da linha de luminárias é de 5.500 reais).

A marca já nasceu dentro do mercado de luxo. Para Gestor 2, era ponto fundamental valorizar a mão de obra artesanal. “Em geral, ele é atribuído a coisas de baixa qualidade, que as pessoas compram para fazer uma boa ação”, diz, e prossegue:

“No Brasil, artesanato é um conceito desgastado. Eu queria mostrar que é possível um artesão fazer um produto de qualidade com as melhores matérias primas, usando técnicas sofisticadíssimas”

Felícia dos Santos Souza, a personagem do início dessa reportagem, está aí para provar que a tese de Gestor 2 funcionou. “Quando surgiu a oportunidade de ser artesã, eu não tive apoio. Meu marido não acreditava em mim, e nem no projeto”, lembra dona Felícia. “Ele jogava de volta no mato toda a fibra que eu colhia. Mas hoje é ele quem vai colher o material, é ele quem trabalha pra mim”, orgulha-se a artesã, que se tornou a principal provedora de seu lar, com a condição de contribuir na criação dos netos.

Exemplos de vida como o dela são muito importantes para explicar o sucesso do projeto, segundo Gestor 2: “Todos os indícios externos nos desmotivavam a realizar este trabalho. É preciso fazer com que o outro acredite em uma coisa que está

dentro de nós, um sonho que nem sabemos direito aonde vai nos levar. Então a coisa mais relevante é ter fé a todo o momento.”

O FUTURO É CRESCER E CONTAR, CADA VEZ MELHOR, ESSA HISTÓRIA

A empresa cresceu e hoje conta com 150 artesãos fixos na produção das peças e, além de Sergipe, estão locados também em Alagoas. E quando a demanda aumenta, eles têm autonomia para subcontratar colaboradores temporários. Além das fibras vegetais, a operação já inclui nichos de bordados, rendas, fuxico e tecelagem em fios de algodão.



No catálogo da Fellicia, diferentes fibras vegetais dão origem a persianas, todas feitas à mão.

Em 2015, Gestor 2 ganhou uma sócia na Fellicia, sua irmã Y, 45. Com esta parceria, foi possível, em 2016, inaugurar o showroom da marca em São Paulo, capital, onde recebem potenciais clientes. “Ainda não temos um número expressivo de pessoas físicas que procuram a marca, a maioria ainda é lojista, pessoas jurídicas. Mas temos um grande potencial a ser explorado”, afirma a arquiteta.

De acordo com as sócias, ainda não é possível dar números exatos sobre os lucros porque se consideram em fase de investimento. “Tem mês que vendemos 50 mil reais, em outros cinco mil. Mas, de acordo com o nosso plano de negócio, a Fellicia ganha autonomia daqui um ano”, diz Gestor 2. Para que isso seja possível, a marca tem participado de feiras do setor, como a High Design, que aconteceu em agosto, e

as irmãs têm apostado em divulgar seu trabalho para arquitetos e designer de interiores. “Depois que tudo isso tomar corpo, partimos para a exportação”, diz a arquiteta, que em 2013 levou a marca para expor em uma feira de design em Londres.

Além do showroom, é possível ter acesso a produtos Fellicia em um ponto de venda no shopping JK, em São Paulo. “A gente resolveu não ter um e-commerce”, afirma Y. E Gestor 2 completa: “É importante que as pessoas venham fisicamente até o showroom ou o ponto de venda porque, assim, podemos explicar que não estamos vendendo só um produto, mas uma história com alma e valor do patrimônio brasileiro”. E seguem tecendo um futuro mais justo — e bonito.

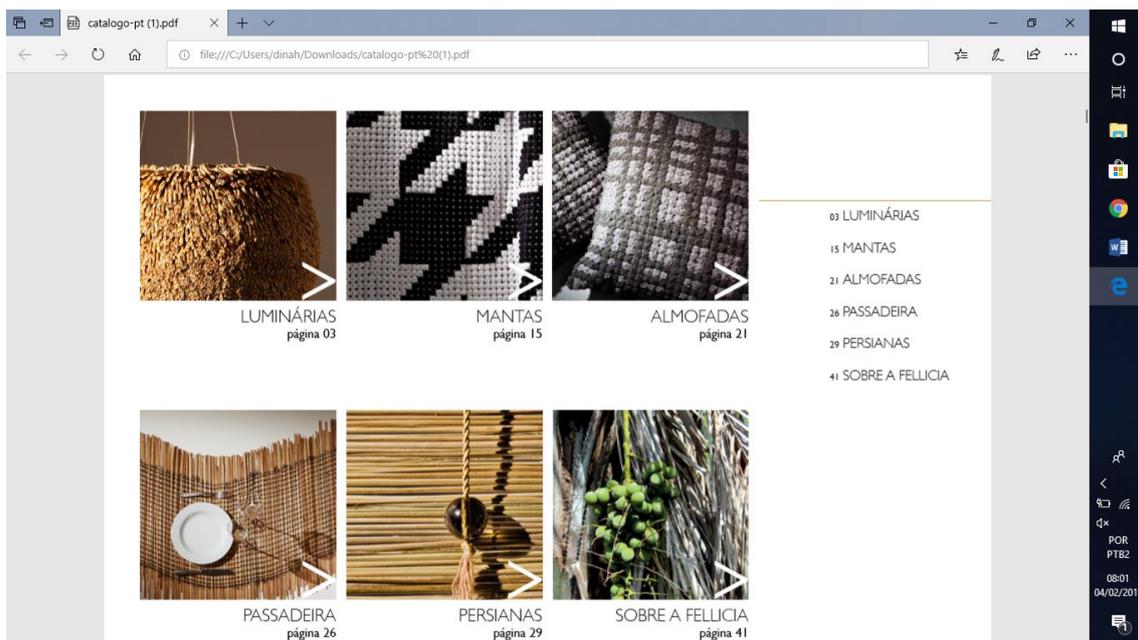
DRAFT CARD

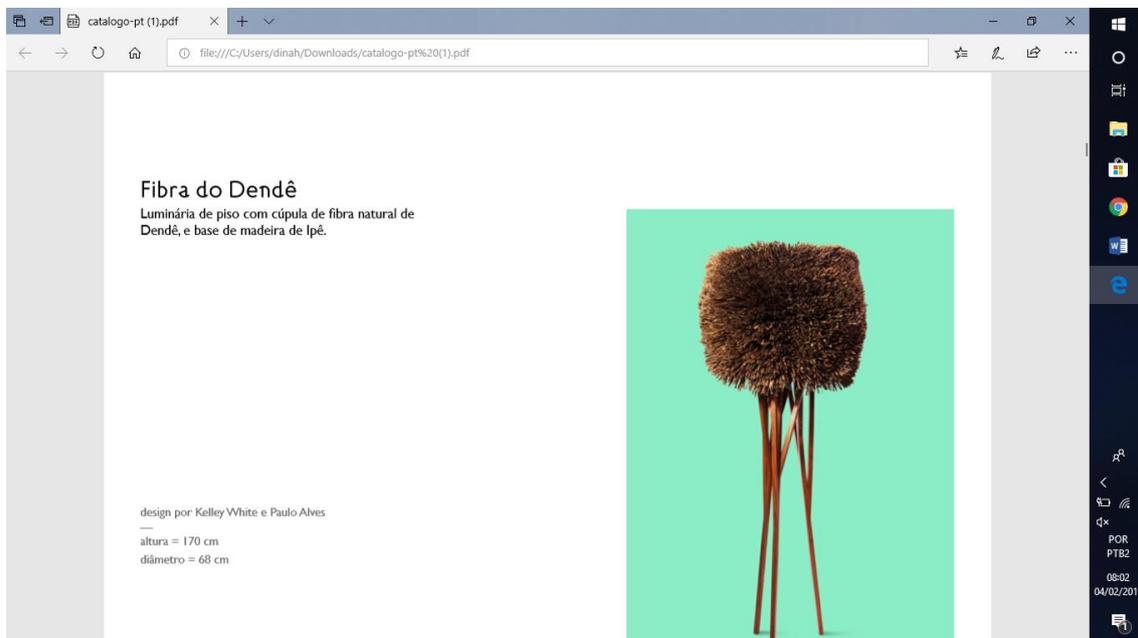
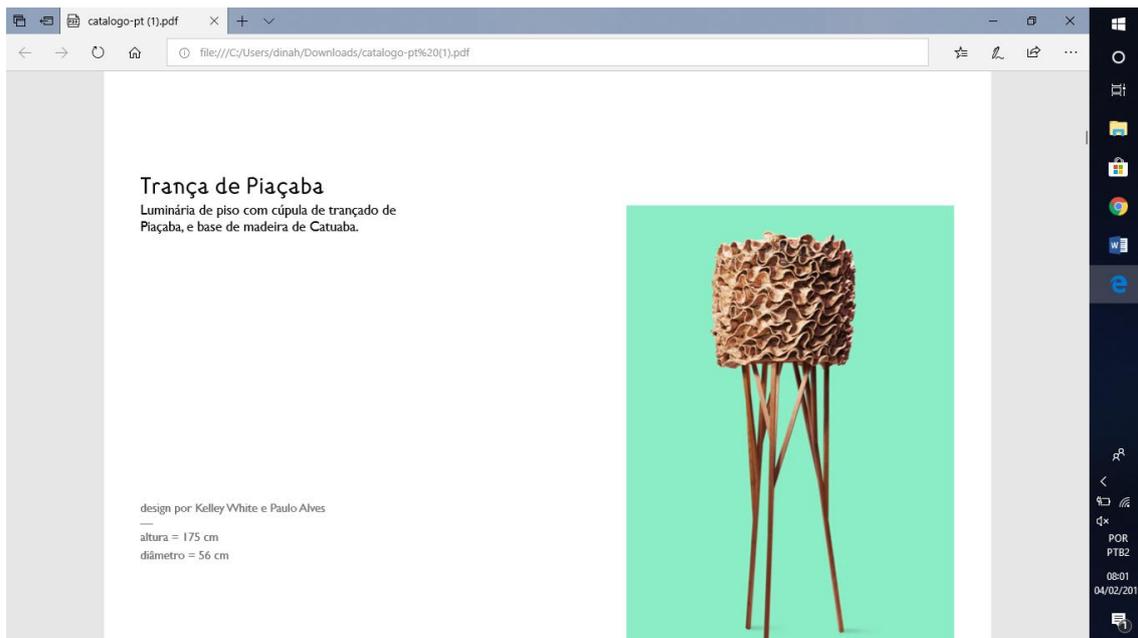


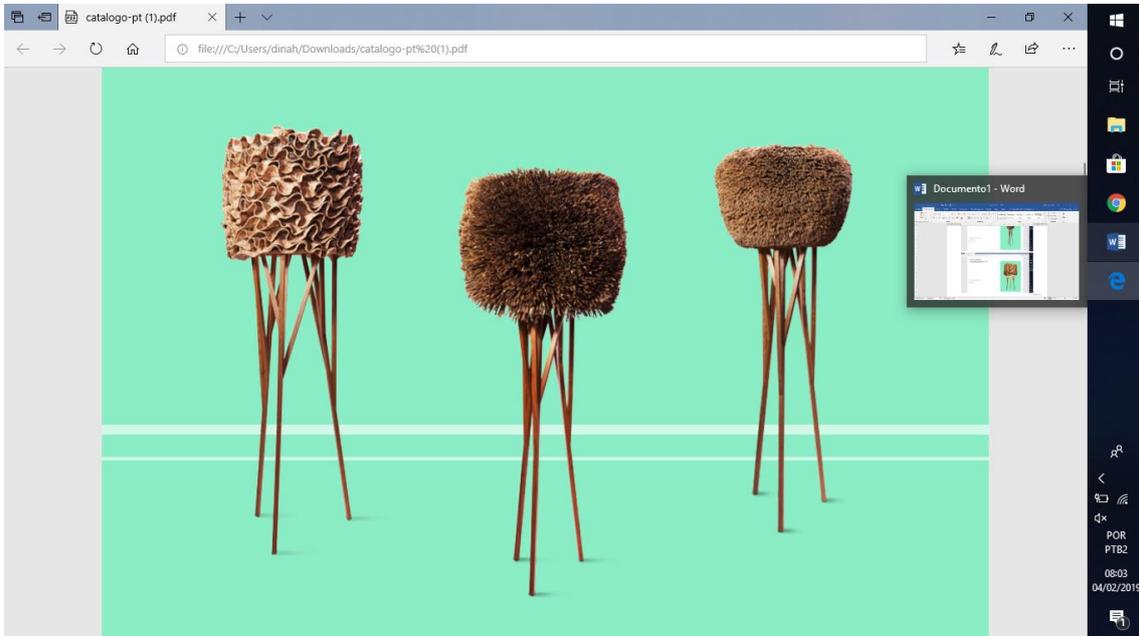
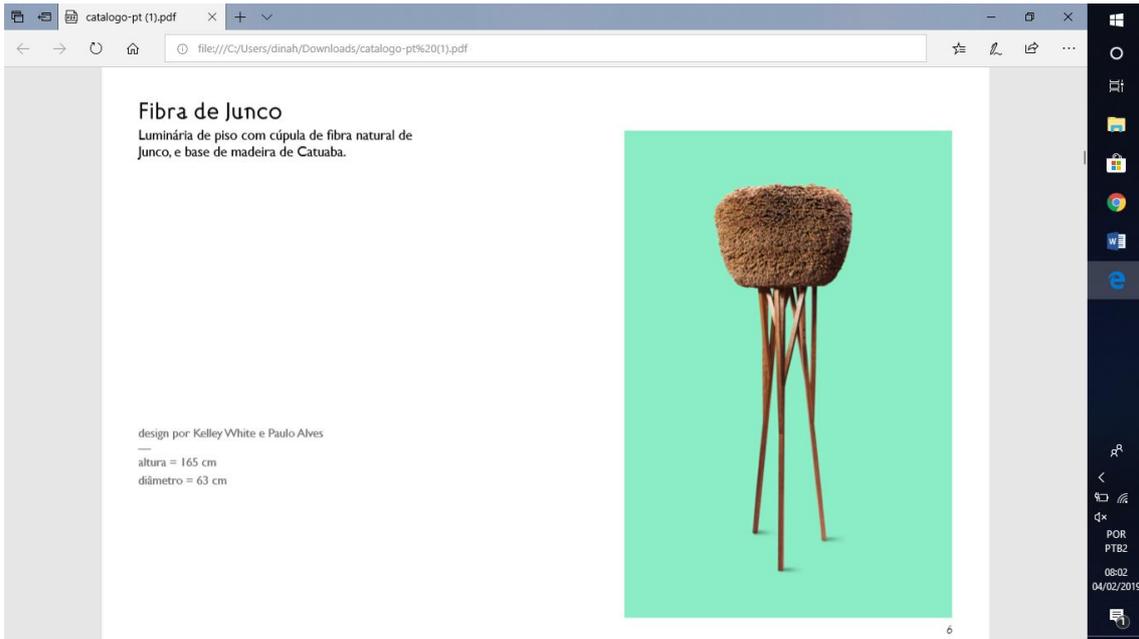
- Projeto: Fellicia
- O que faz: Comercializa itens de decoração feitos à mão por artesãos associados
- Sócio(s): Gestor 2 e Y
- Funcionários: 2 (as sócias) e 150 membros da Associação dos Artesãos de Santa Luzia Itanhy
- Sede: São Paulo
- Início das atividades: 2009
- Investimento inicial: US\$ 100.000
- Faturamento: de R\$ 5.000 a R\$ 50.000 em média, por mês
- Contato: contato@fellicia.com.br

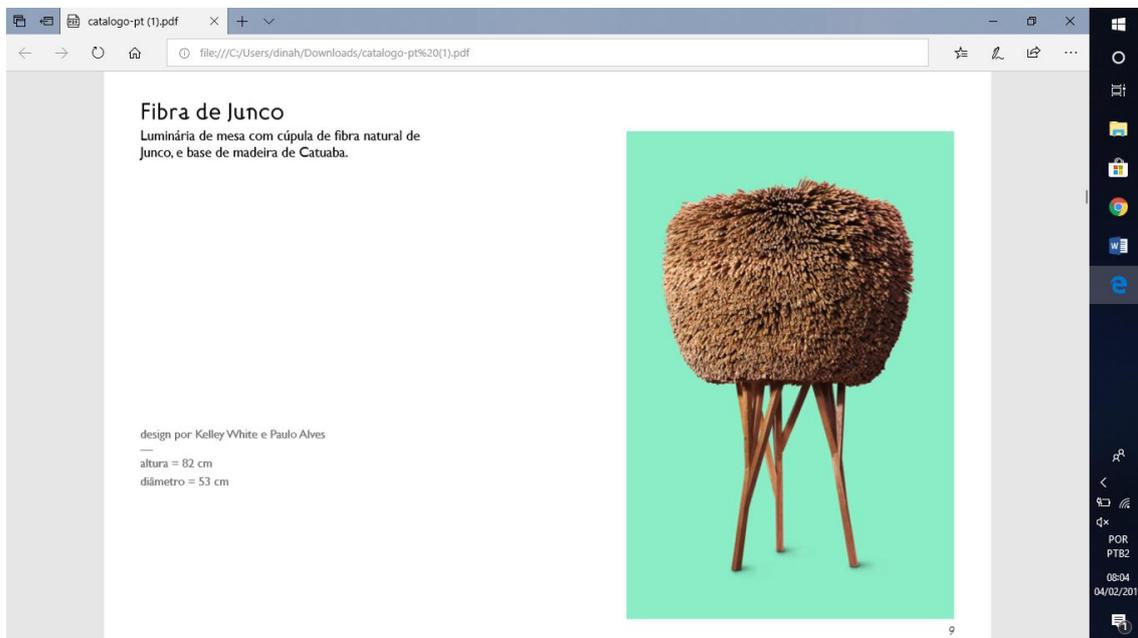
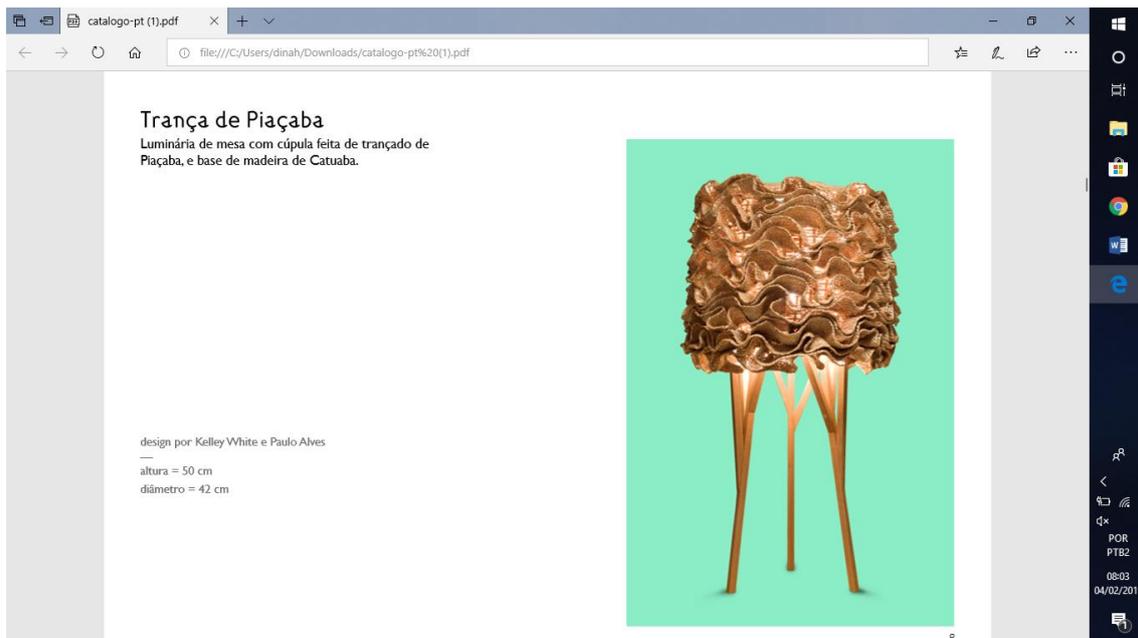
ANEXO C - CATÁLOGO DA FELICIA

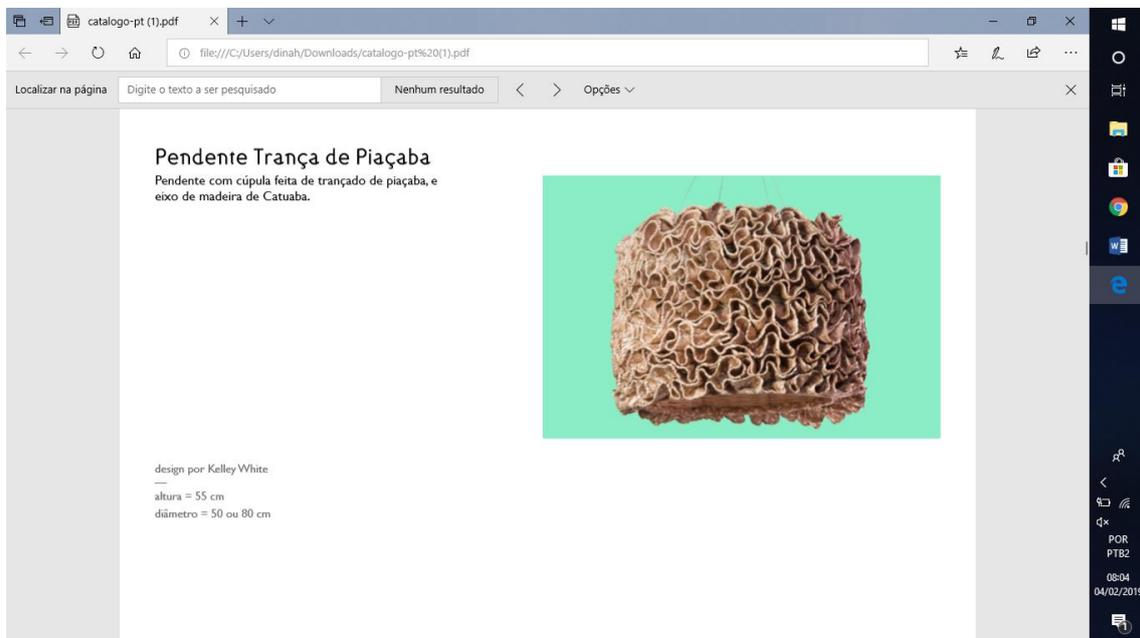
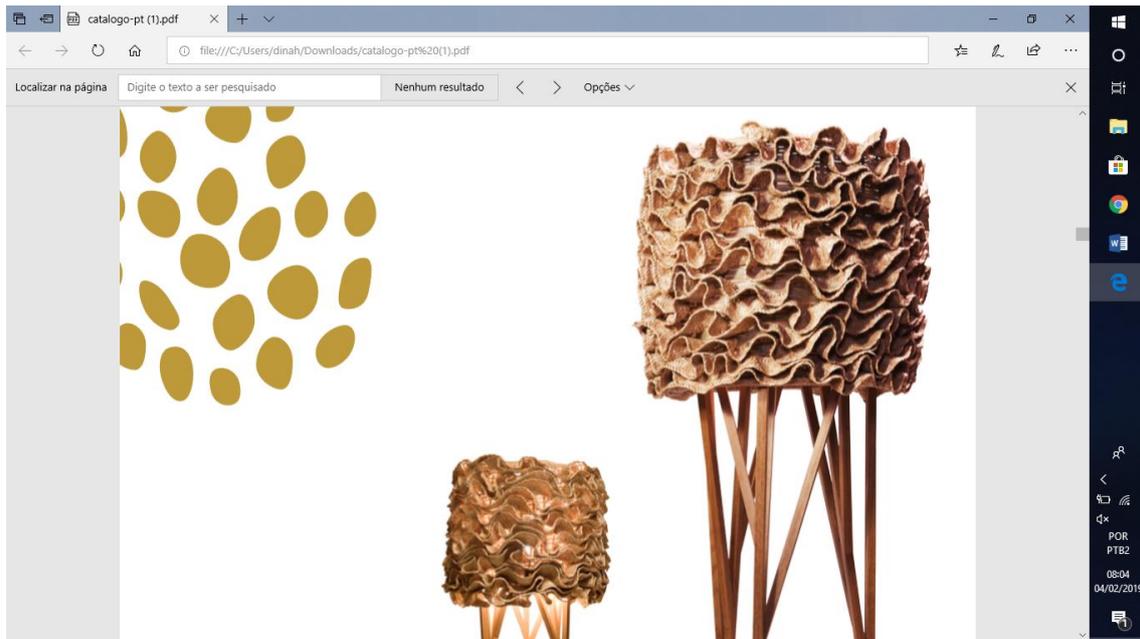












catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado < > Opções

Pendente de Junco

Pendente com cúpula de fibra natural de Junco, e eixo de madeira de Catuaba.



design por Kelley White
—
altura = 60 cm
diâmetro = 50 ou 75 ou 85 cm

POR PTB2
08:05
04/02/2019

catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado < > Opções

Pendente de Ouricuri

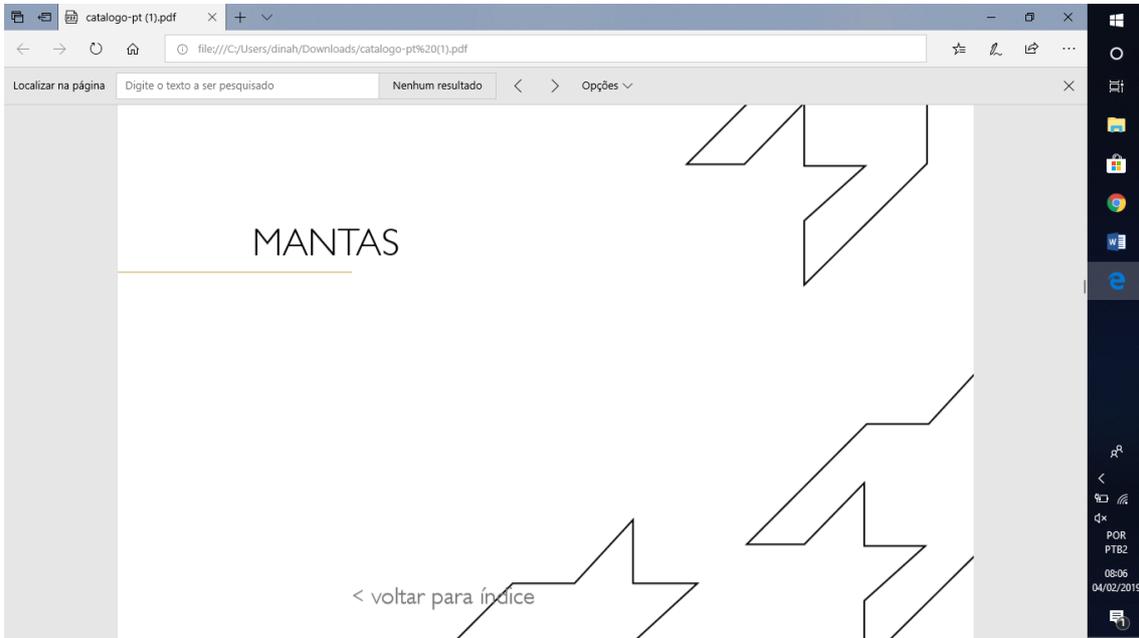
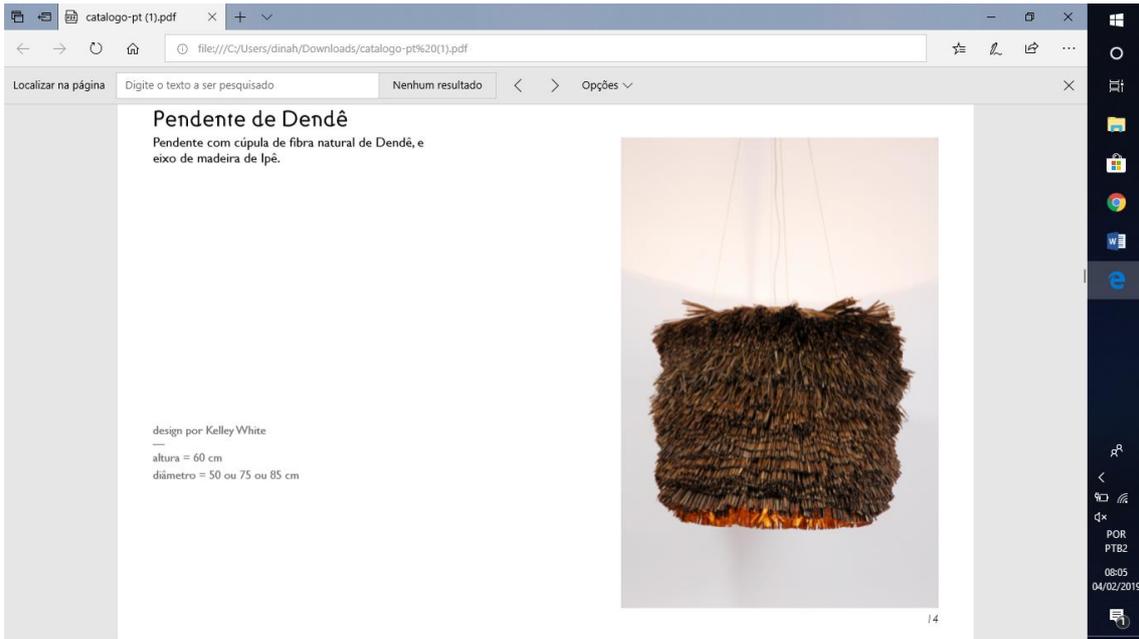
Pendente com cúpula de fibra natural de Ouricuri, e eixo de madeira de Catuaba.

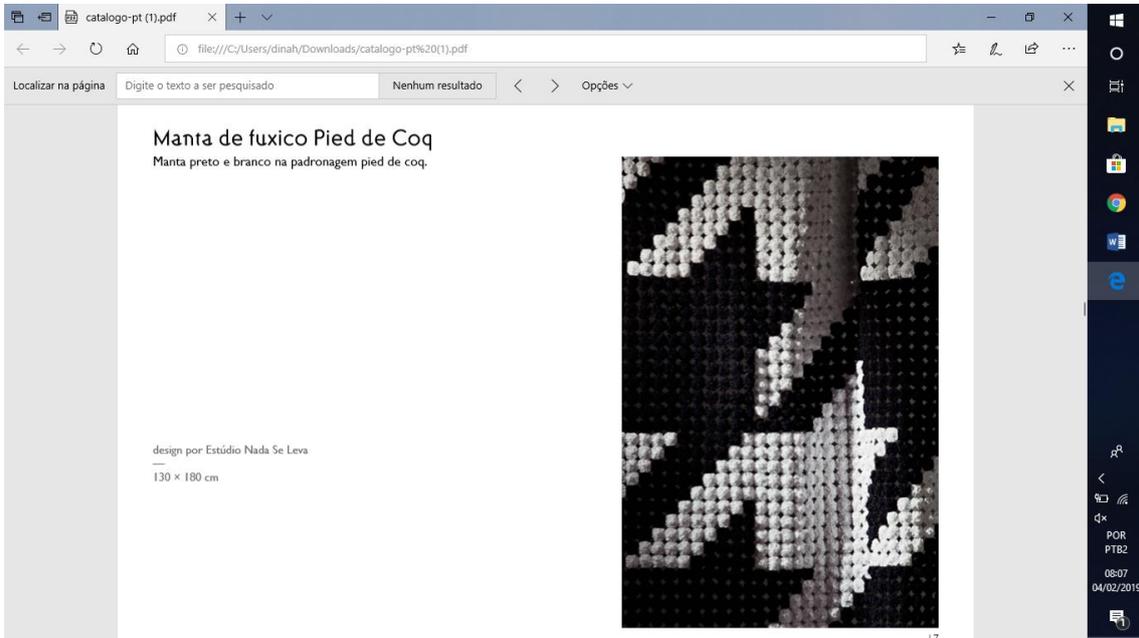
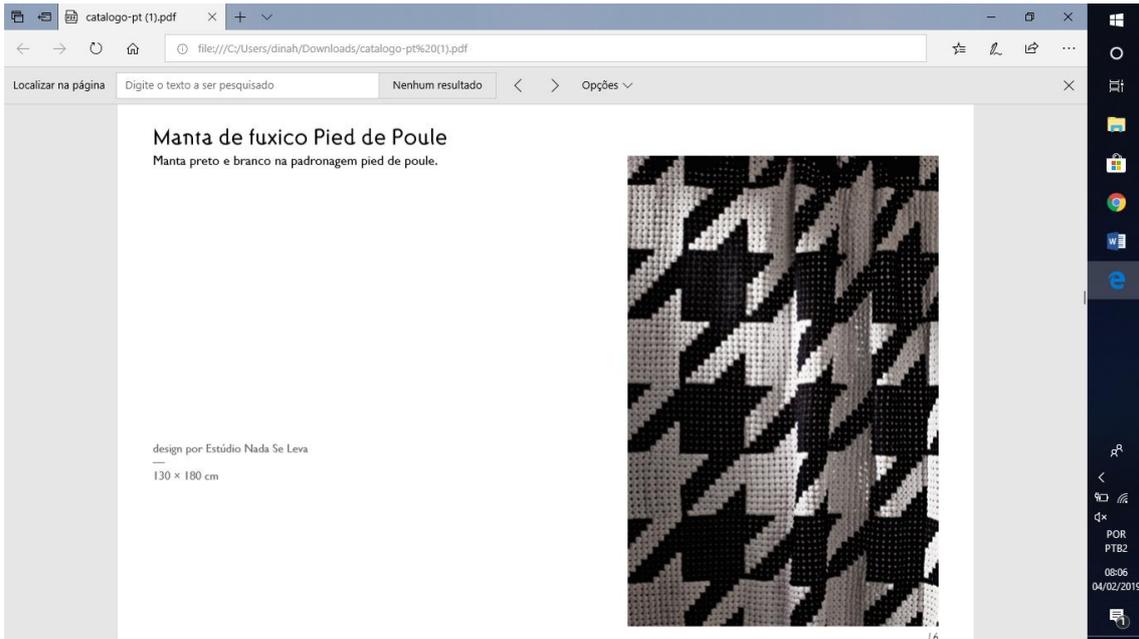


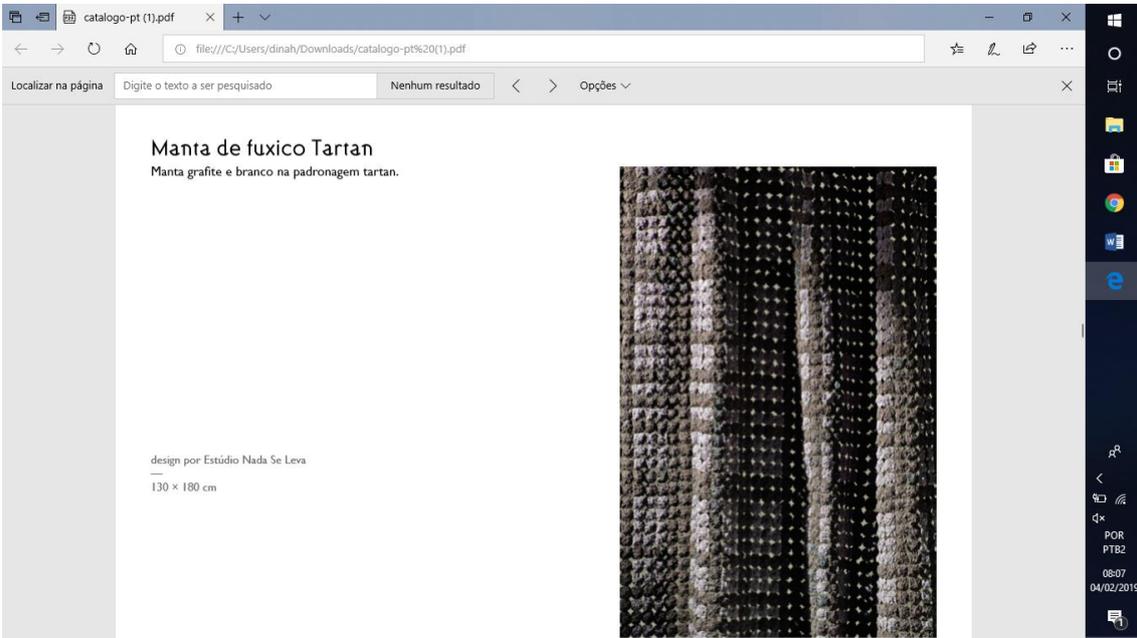
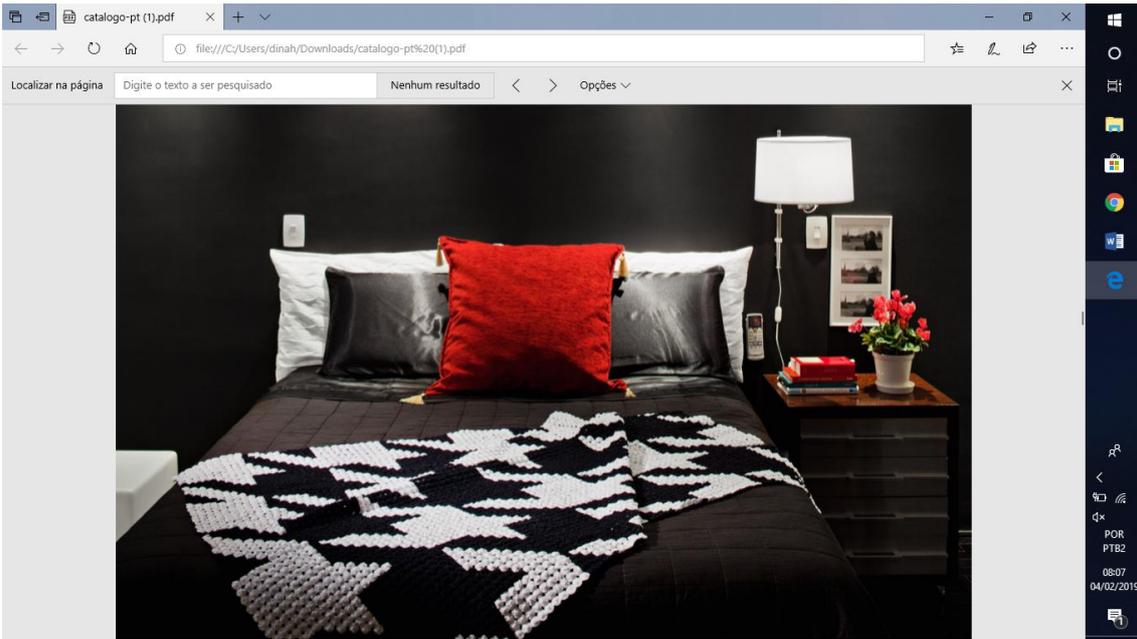
design por Kelley White
—
altura = 60 cm
diâmetro = 50 ou 75 ou 85 cm

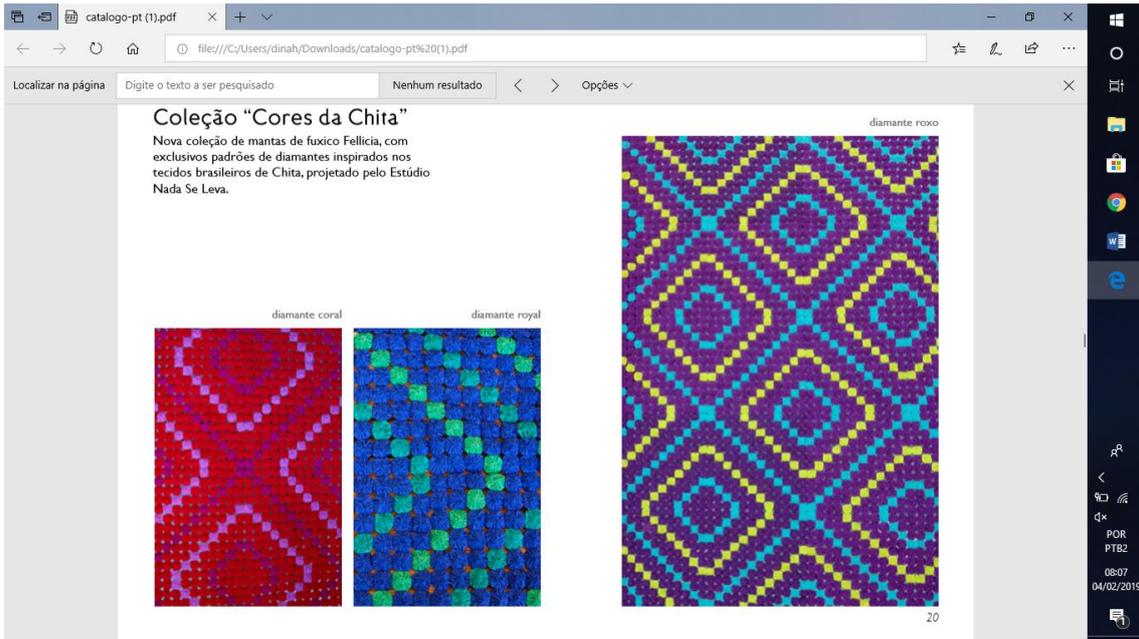
13

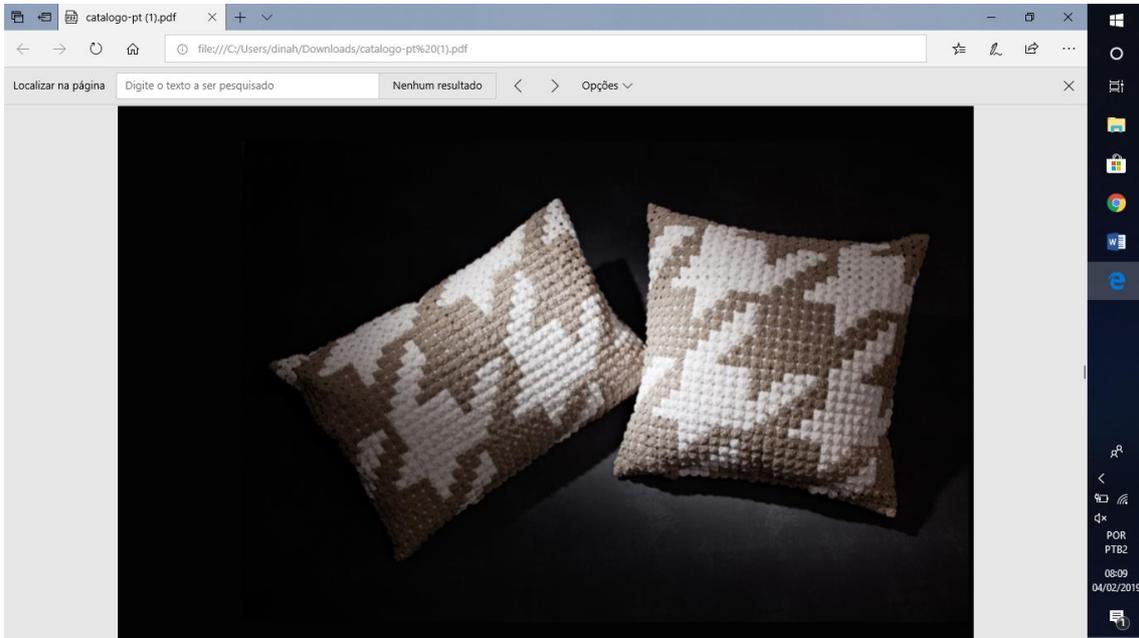
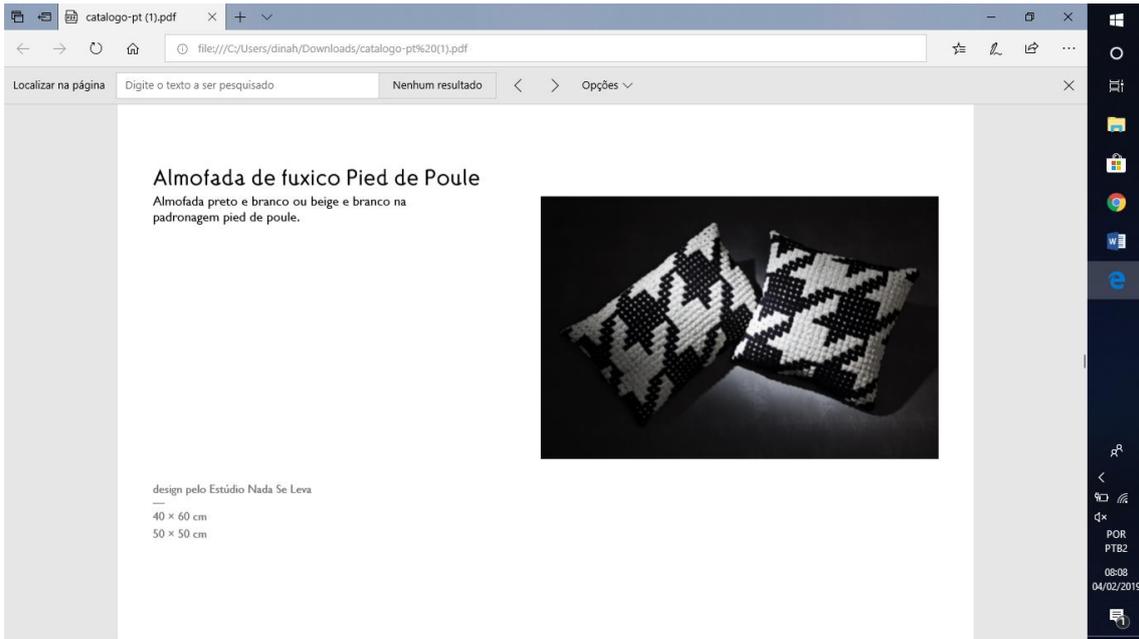
POR PTB2
08:05
04/02/2019











catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado Opções

Almofada de fuxico Pied de Coq

Almofada preto e branco na padronagem pied de coq.



design por Estúdio Nada Se Leva
—
40 x 60 cm
50 x 50 cm

POR PTB2 08:10 04/02/2019

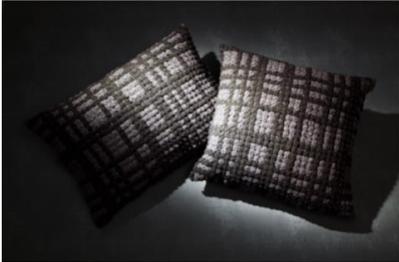
catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado Opções

Almofada de fuxico Tartan

Almofada grafite e branco na padronagem tartan.



design por Estúdio Nada Se Leva
—
40 x 60 cm
50 x 50 cm

POR PTB2 08:10 04/02/2019

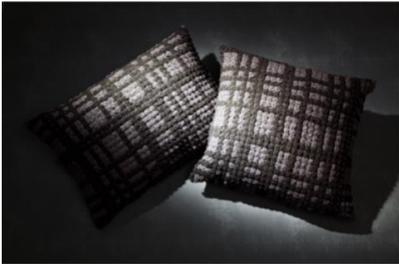
catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado < > Opções

Almodada de fuxico Tarran

Almofada grafite e branco na padronagem tartan.



design por Estúdio Nada Se Leva
—
40 x 60 cm
50 x 50 cm

08:10
04/02/2019

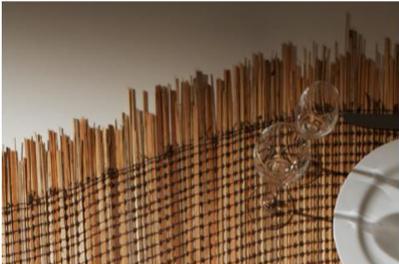
catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado < > Opções

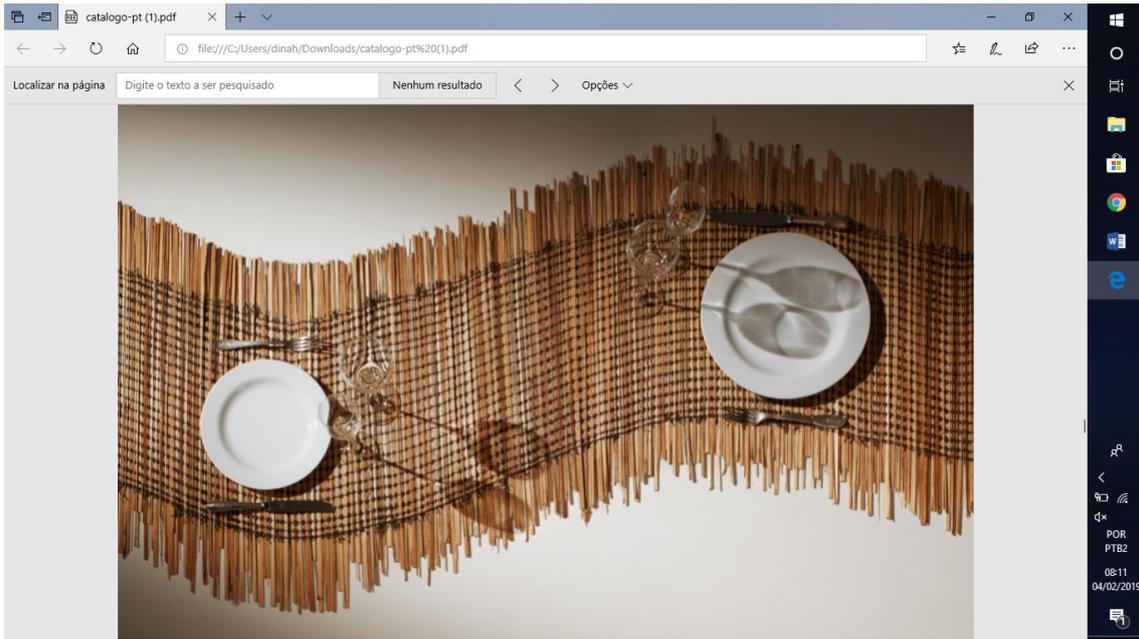
Passadeira de palha de Coqueiro

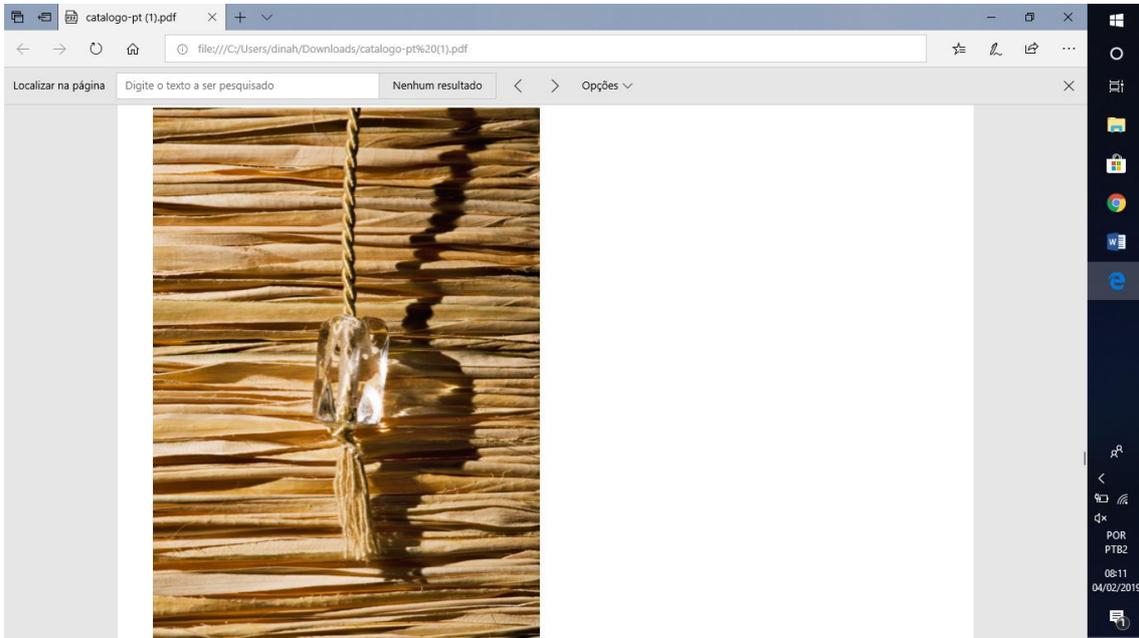
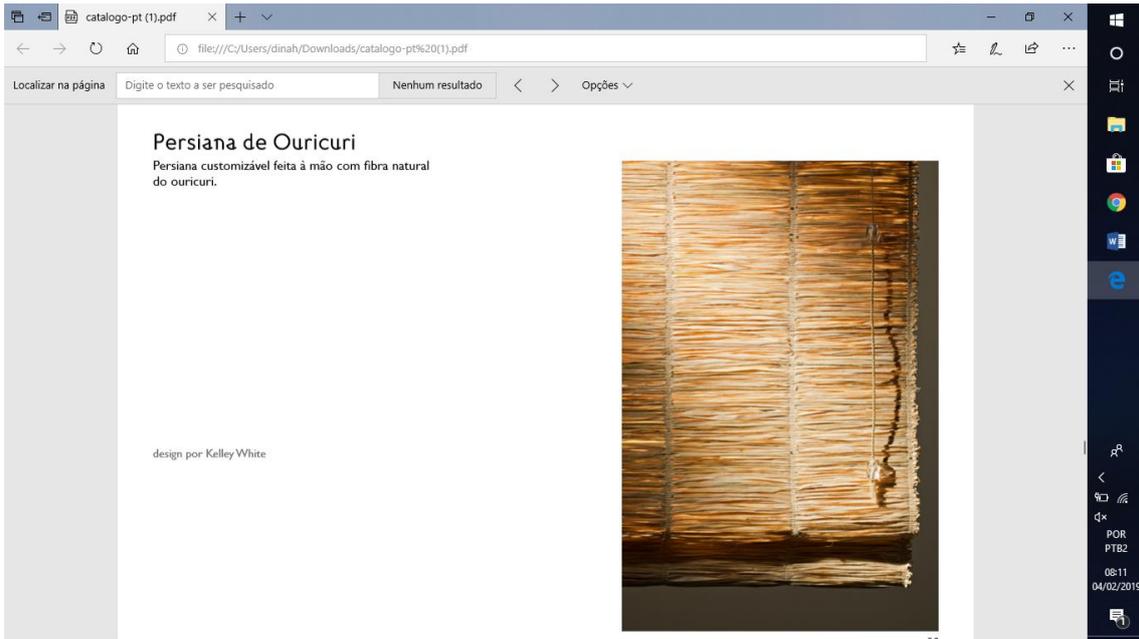
Produzida em tear manual com fibras naturais e talas de coqueiro.



design por Kelley White

08:10
04/02/2019





catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado < > Opções

Persiana de Capim Estrela

Persiana customizável feita à mão com fibra natural de capim estrela.

design por Kelley White



32

catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado < > Opções

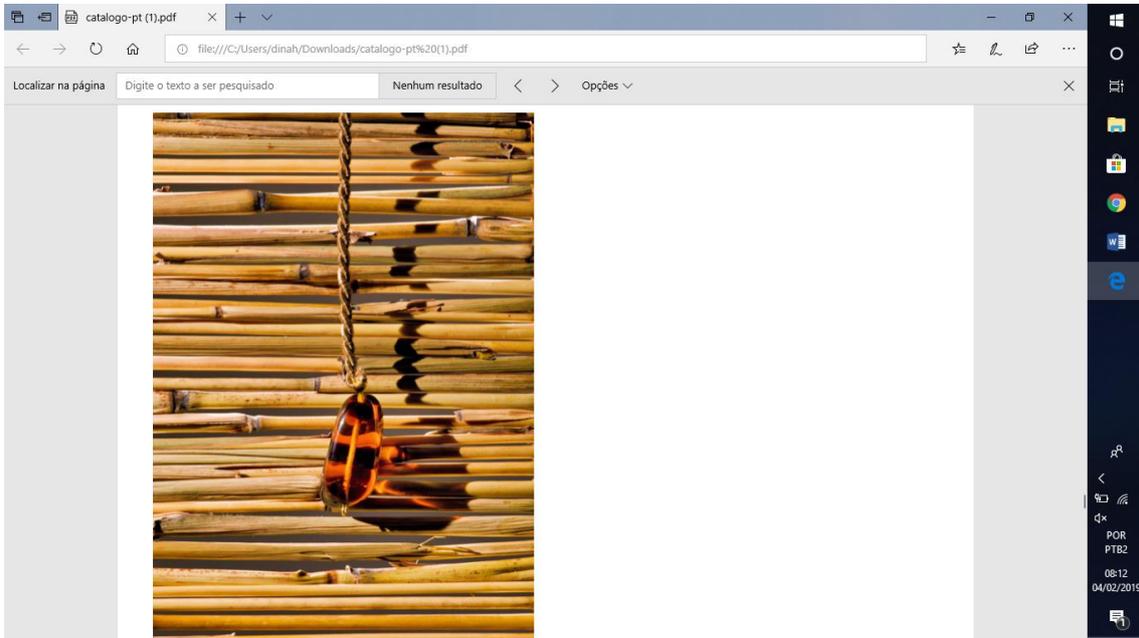
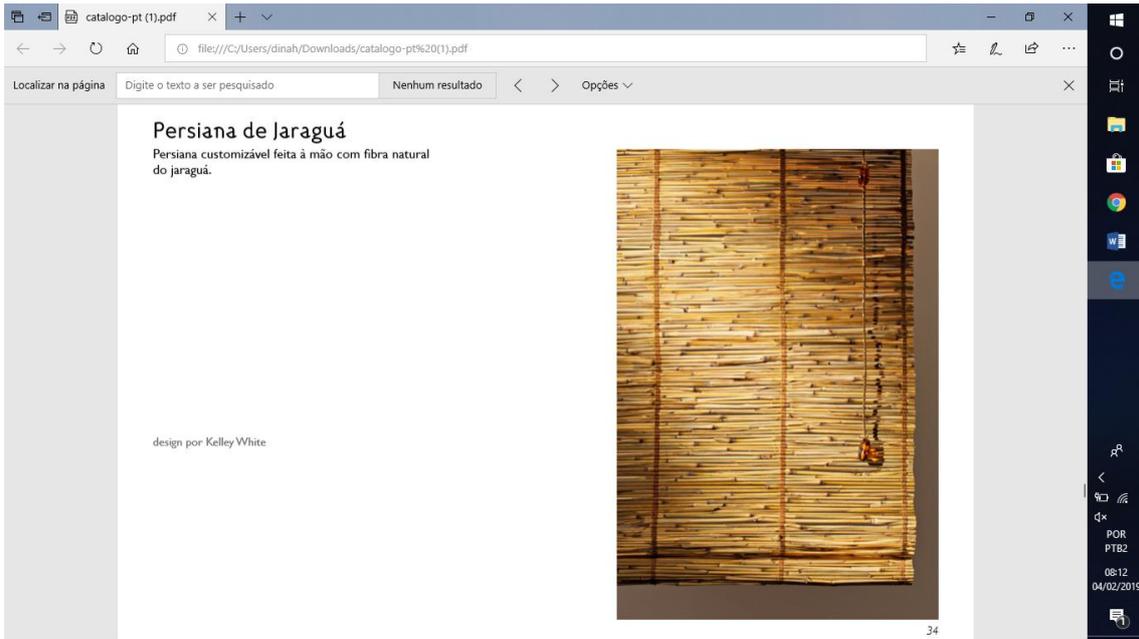
Persiana de Dendê

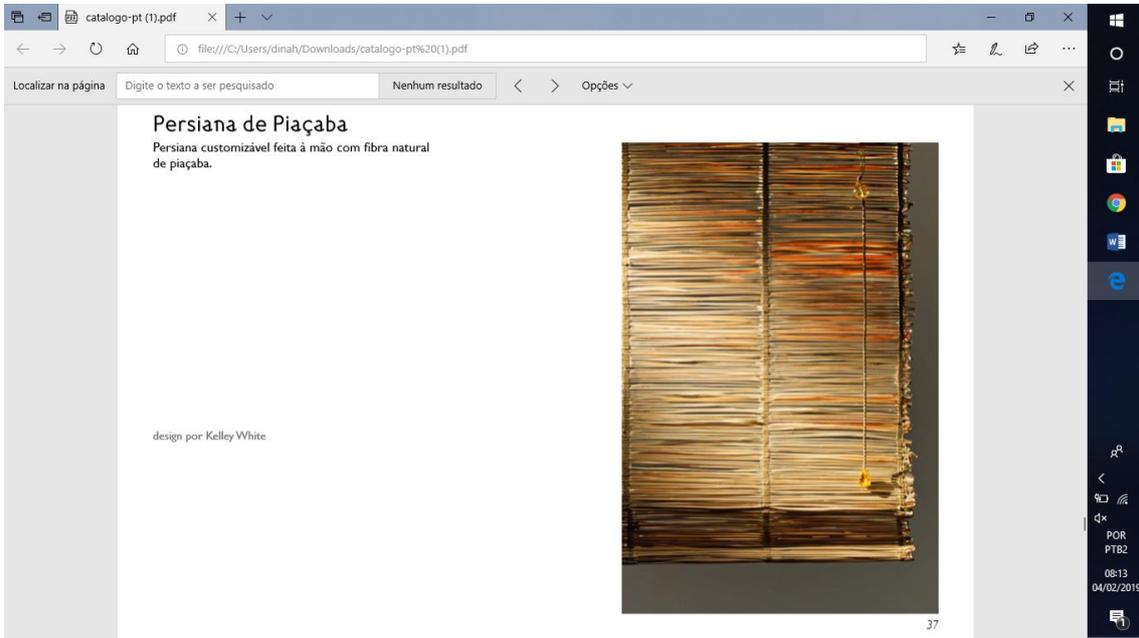
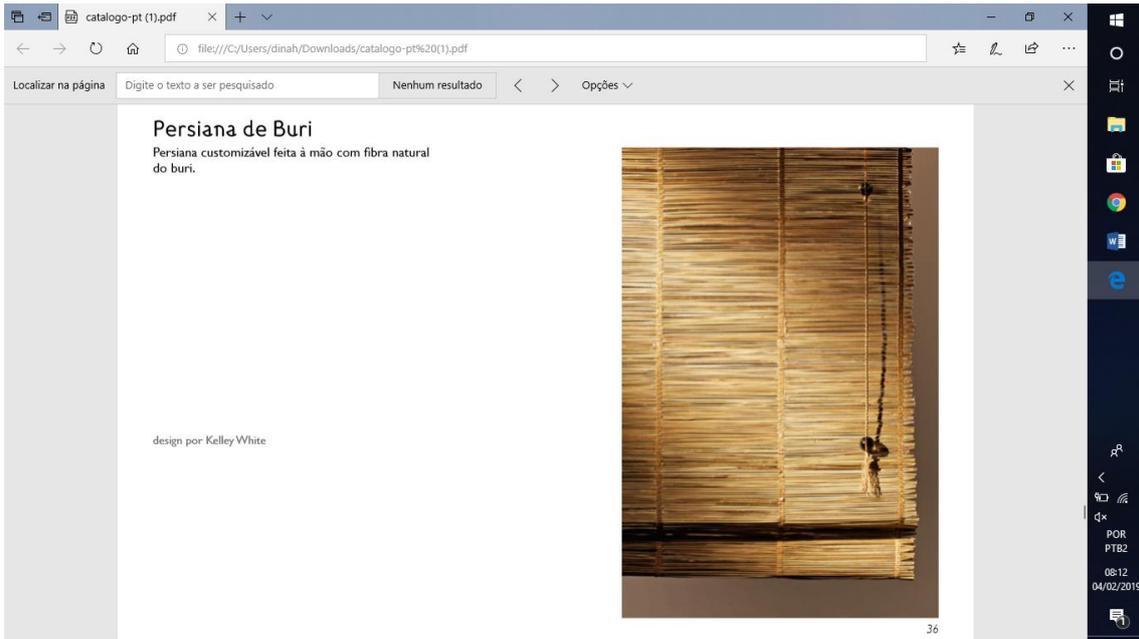
Persiana customizável feita à mão com fibra natural do dendê

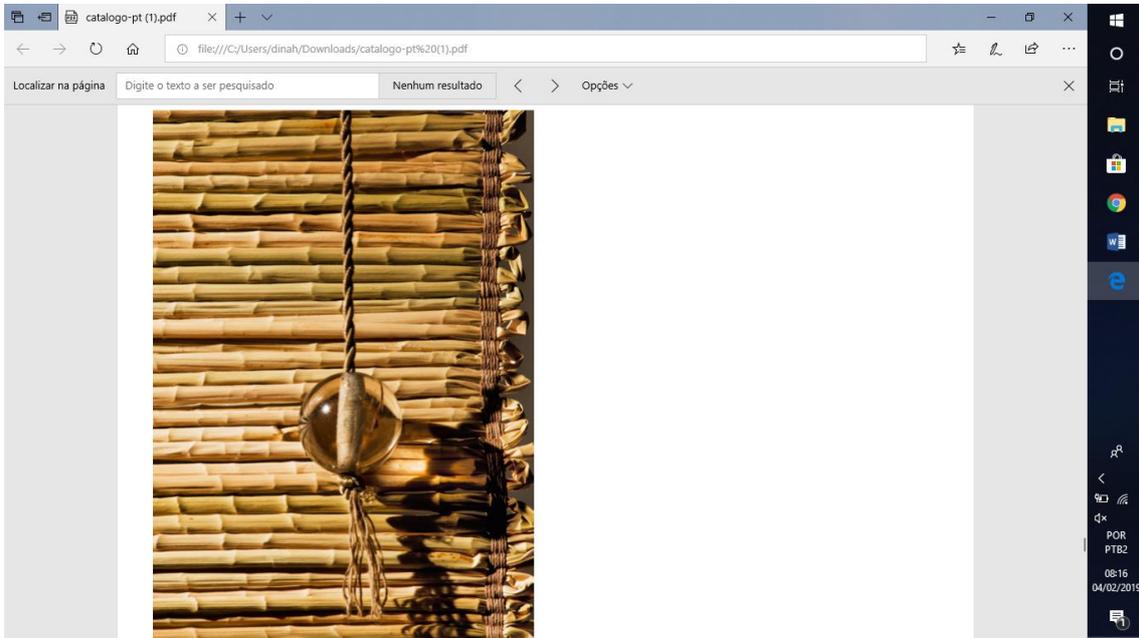
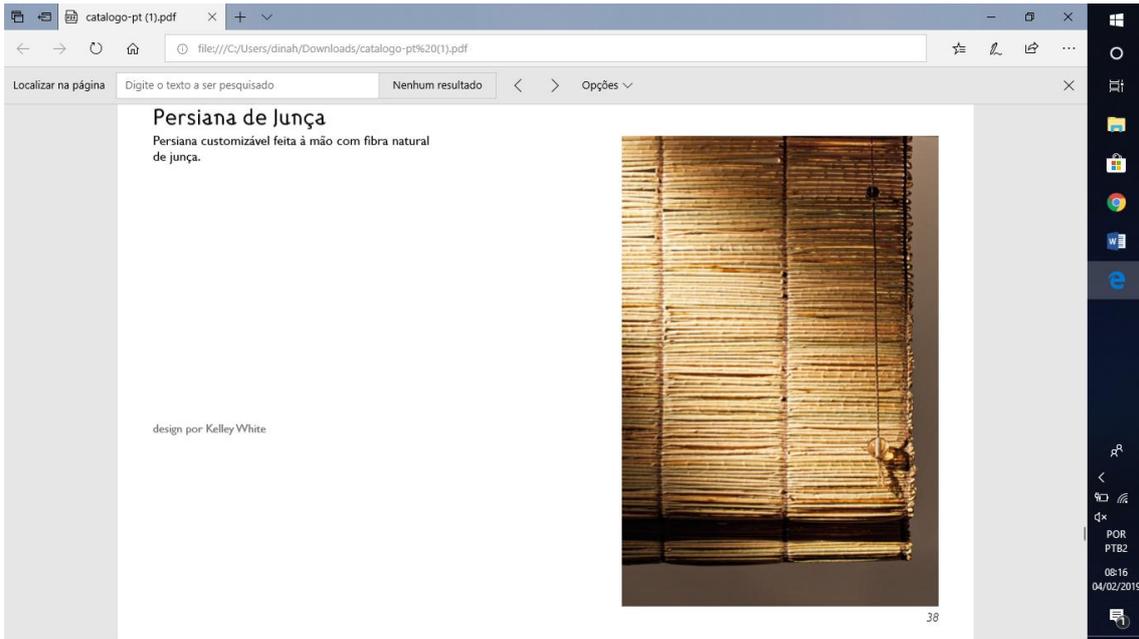
design por Kelley White

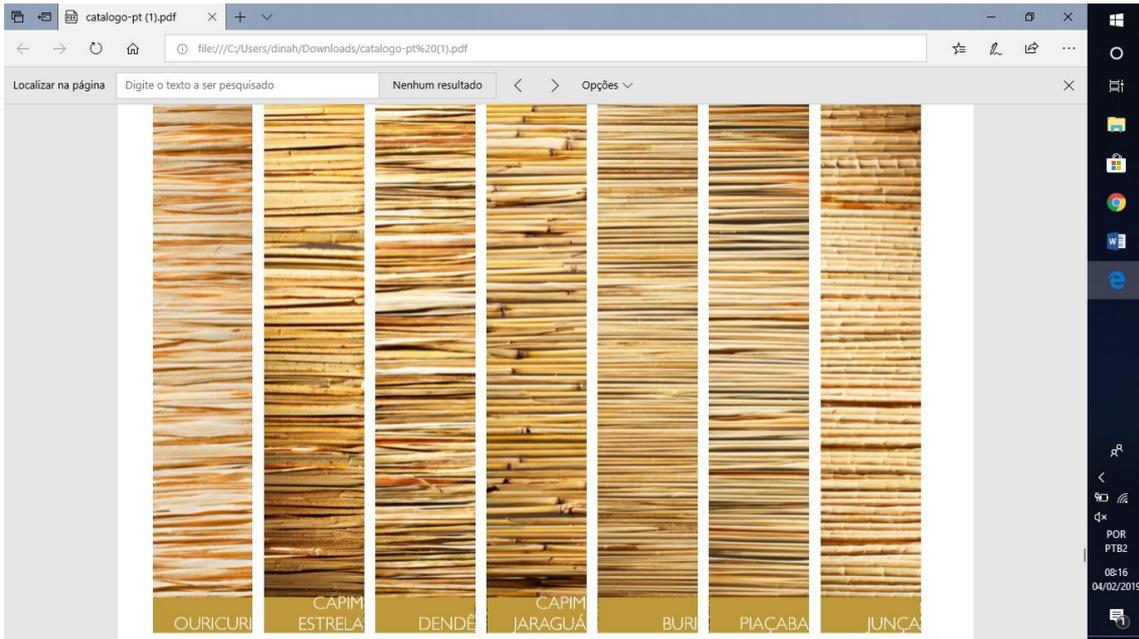


33









catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado < > Opções

A Felicia foi criada em 2011 para comercializar produtos de Design para Inovação Social, originados do projeto de desenvolvimento sustentável implementado no nordeste do Brasil - no município de Santa Luzia do Itanhy, região de Sergipe - chamado Cultura em Foco. Esse projeto foi elaborado, coordenado e executado pelo IPTI, além de ser apoiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID.

O objetivo é promover a inclusão social e econômica da população de baixa renda através de um modelo baseado nos princípios de Economia Criativa, com estratégia de criar produtos de design contemporâneo com técnicas artesanais, inserindo a identidade local própria de cada comunidade beneficiada.



42

catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado < > Opções



Santa Luzia do Itanhy
Sergipe, Brasil

catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado Opções

Os aspectos mais importantes por trás da Fellicia são:

- profissionalismo, autonomia e empoderamento dos diversos artesãos do nordeste do Brasil;
- criação de produtos de maneira sustentável, com alto valor agregado, que utiliza técnicas tradicionais, se enquadrando em uma vertente do design brasileiro contemporâneo;
- consolidação de uma associação que está produzindo artesanato de design contemporâneo em comunidades com baixo Índice de Desenvolvimento Humano - IDH;
- criação de um modelo de negócios inovador que opera através da relação entre sustentabilidade e inovação, estruturada em três pilares: pesquisa e inovação, produção e comercialização de produtos. Neste modelo, essas habilidades são realizadas através de uma parceria entre a Instituição de Pesquisa Tecnologia e Inovação (IPTI), a associação (Associação dos Artesãos de Santa Luzia Itanhý) e uma empresa de comércio (Fellicia), onde cada uma das partes contribui para a construção e consolidação de um modelo de desenvolvimento verdadeiramente sustentável.

44

catalogo-pt (1).pdf

file:///C:/Users/dinah/Downloads/catalogo-pt%20(1).pdf

Localizar na página Digite o texto a ser pesquisado Nenhum resultado Opções

POR PTB2 08:17 04/02/2019

