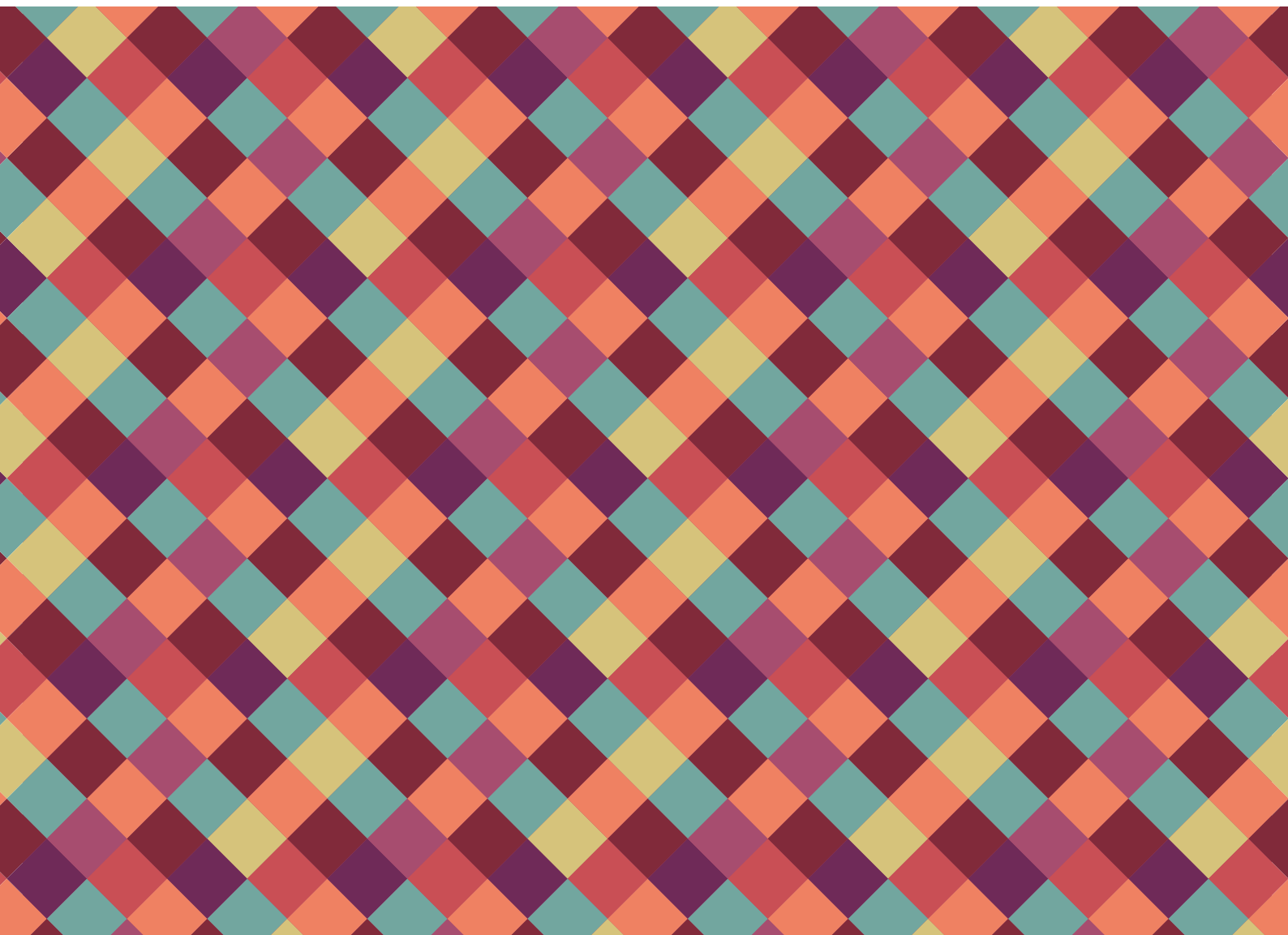


Ana Luiza Cerqueira Freitas

# DESIGN E ARTESANATO

Uma experiência de inserção da metodologia  
de projeto de produto



# **Design e Artesanato**

Uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto.

**Ana Luiza Cerqueira Freitas**

*2ª edição*

**Blucher**

copyright © by Ana Luiza Cerqueira Freitas

1ª edição: 2011

2ª edição: 2017

Todos os direitos reservados pela  
Editora Edgard Blücher Ltda.

É proibida a reprodução total ou parcial por  
quaisquer meios sem autorização escrita da editora

# Blucher

---

EDITORA EDGARD BLUCHER LTDA.

Rua Pedroso Alvarenga, 1245 - 4º andar

04531-012 - São Paulo, SP - Brasil

Fax: (55\_11) 3079-2707

Tel.: (55\_11) 3078-5366

e-mail: editora@blucher.com.br

Site: www.blucher.com.br

## FICHA CATALOGRÁFICA

---

FREITAS, Ana Luiza Cerqueira

Design e artesanato: uma experiência de inserção da metodologia  
de projeto de produto [livro eletrônico]/ Ana Luiza Cerqueira de Freitas  
— São Paulo: Blucher Acadêmico, 2017.

130 p.

Bibliografia

ISBN 978-85-8039-030-8 (e-book)

1. Administração da produção 2. Artesanato 3. Design 4. Engenharia  
de produção 5. Produção artesanal - Mercado 6. Produtos artesanais -  
Design 7. Projeto de produto - Metodologia 8. Projeto Pitangaporã  
I. Título.

---

11-06055

CDD - 658.5752

---

### Índices para catálogo sistemático:

1. Design e desenvolvimento de produtos artesanais:  
Engenharia de produção no setor artesanal: Administração



2008

Dissertação de  
Mestrado

TÍTULO ORIGINAL DA PESQUISA

## **Design e artesanato: uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto**

Ana Luiza Cerqueira Freitas

ORIENTAÇÃO

Prof. Dr. Eduardo Romeiro Filho

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Eduardo Romeiro Filho

Professor adjunto da Universidade Federal de Minas Gerais

Prof. Dr. Antônio Sérgio de Souza

Professor adjunto da Universidade Federal de Minas Gerais

Prof. Dr. Dijon de Moraes Junior

Professor de Ensino Superior da Universidade do Estado de Minas Gerais



## **Ana Luiza Cerqueira Freitas**

Designer, mestre em Engenharia de Produção, é professora de ensino superior da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais desde 1995. Desenvolve pesquisas e atividades de ensino e consultorias nas áreas de processo criativo, design, produto, artesanato, valorização de território. Em 2008, na cidade de Montevidéu, Uruguai, recebeu o Prêmio Mercocidades de Ciência e Tecnologia 2007 pelo trabalho de pesquisa denominado Projeto Pitangaporã, que trata do estudo de uma estrutura metodológica de referência para ações de design no processo de inserção e incremento de grupos produtivos de base artesanal. Este prêmio é atribuído ao pesquisador cujo trabalho, de natureza tecnológica, de qualquer campo, tenha contribuído efetivamente para a solução de um problema relevante em uma das cidades integrantes da Rede Mercocidades e que tenha replicabilidade, ou seja, possa ser desenvolvido em outra cidade. Mercocidades é uma rede de cooperação horizontal integrada atualmente por 228 cidades de Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai, Venezuela, Chile, Bolívia e Peru, que promove o processo de integração regional do Mercosul através do intercâmbio de experiências.

Contato:

[analu.cf@hotmail.com.br](mailto:analu.cf@hotmail.com.br)



Para Marcos.





# Agradecimentos

A todos aqueles que contribuíram para a construção e a realização deste trabalho de pesquisa: professores da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, professores e alunos do Centro Design Empresa, colegas do curso de mestrado e professores do Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Minas Gerais, equipe do Projeto Pitangaporã – técnicos e artesãos, meu orientador.

Agradeço aos meus amigos e à minha família pelo apoio e pela paciência, em especial, à minha filha Ana Clara.



## Resumo

Mediante o estudo de caso Projeto Pitangaporã, foi realizada uma análise sobre o sistema produtivo de base artesanal e os cuidados a serem considerados no seu atual processo de incremento da produção, para a não descaracterização do artesanato, preservando os valores socioculturais inerentes a esta atividade. Da mesma forma, através de experiências em campo em ações de desenvolvimento de produtos artesanais, percebeu-se a necessidade de uma reflexão sobre as metodologias adotadas, considerando as estratégias para se alcançar sustentabilidade. A oportunidade de oferecer produtos competitivos, com técnica aprimorada, condições ideais de produção, atenção ao ciclo de vida, a inserção do produto no mercado, a capacitação e atualização profissional, são aspectos que caracterizam a carência de uma revisão dos procedimentos adotados nesta proposta de desenvolvimento socioeconômico.

O Projeto Pitangaporã consiste na implementação de grupos produtivos formados por famílias com crianças portadoras de necessidades especiais provenientes de comunidades menos favorecidas socioeconomicamente, planejando e desenvolvendo atividades de geração de renda. A proposta é possibilitar o fortalecimento de vínculos da criança com a sua família, e desta no contexto comunitário, trabalhar os princípios de independência, autonomia e cidadania, e promover a inserção das famílias no mundo da geração de renda e na comunidade econômica local, através da confecção e venda de produtos de base artesanal. Financiado pelo Ministério da Assistência Social, trata-se de um projeto interinstitucional de ações integradas com o objetivo de realizar um trabalho vinculado ao planejamento de produto, à gestão e aos processos produtivos, e à metodologia mais adequada para o seg-

mento produtivo artesanal para que possa, se não garantir, potencializar ações de continuidade pelos próprios produtores. Este trabalho descreve a inserção do design de produtos e de princípios de engenharia de produção no projeto, como elemento de fomento à implementação e consolidação dos grupos produtivos.

Palavras-chave:

design, artesanato, metodologia, produto, produção, mercado.

# Abstract

The case study Projeto Pitangaporã has made possible an analysis of a handicraft production system and offered a good idea of the improvements needed to expand production, while preserving originality and the socio-cultural values involved in the craft. Similarly, by means of field work in actions of skills development in handicraft-making, a need was perceived for deeper thinking on the methods used, taking into consideration the attainment of self-sufficiency by the workers involved. Our goals also include the offering of durable and competitive products, made with skilled technique, also having in mind the search for ideal production conditions, the launching of the production into the market, the training and updating of the craftspeople and their ultimate socio-economic rise.

The Pitangaporã Project consists in the establishment of production teams made up of people from families with physically and/or mentally handicapped children, originating in the lowest income strata of our society, with the planning and setting in motion of income generating work training. The basic purpose is to strengthen the ties of the families with the handicapped children, as well as that of both with society at large, working on the principles of independence, autonomy and social belonging, by means of the making and selling of handicraft. Financed by the Ministry of Social Assistance, it is an inter-institution project with integrated actions, with the purpose of working on product planning and management, production procedures, in search of the fittest methods for handicraft production and, as much as possible, the enabling of self-sufficiency of the working families. This paper describes the introduction of product design and the principles of production engineering to the project, to foster the development and consolidation of the production teams.

*Key words: design, handicraft, methods, product, production, market.*



# Siglas

UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
PAB	Programa do Artesanato Brasileiro
MDIC	Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
EMATER	Empresa de Assistência e Extensão Rural
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Centro CAPE	Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao Empreendedor
FIEMG	Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais



IQS	Instituto Qualidade Sustentável
CTPA	Centro de Tecnologia da Produção Artesanal
FAPEMIG	Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais
UFESJ	Universidade Federal de São João Del Rei
GPBArte	Grupo de Pesquisa de Base Artesanal
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
UEMG	Universidade do Estado de Minas Gerais
Centro IDE	Centro de Integração Design Empresa (UEMG)
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
CETEC	Centro Tecnológico de Minas Gerais
LIDEP	Laboratório Integrado de Design e Engenharia do Produto (UFMG)
ABEPRO	Associação Brasileira de Engenharia de Produção
ENEGEP	Encontro Nacional de Engenharia de Produção
FIOCRUZ	Fundação Oswaldo Cruz
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
CBGDP	Congresso Brasileiro de Gestão e Desenvolvimento de Produtos
PPGEP	Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção
FIESP	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

IEPHA	Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
WTO	World Tourism Organization
SESI	Serviço Social da Indústria
IEF	Instituto Estadual de Florestas
USFWS	Serviço de Pesca e Proteção à Vida Silvestre dos Estados Unidos.
APEX	Agência de Promoção de Exportações.
ABIT	Associação Brasileira da Indústria Têxtil.
PBH	Prefeitura de Belo Horizonte
Clínica INAPLIC	Centro de Educação Especial
GEINP	Gerência de Preparação e Inclusão Produtiva (PBH)
UNICEF	Fundo das Nações Unidas para a Infância
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.



# Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>21</b>
1.1 - A Engenharia de Produção no setor artesanal	25
1.2 - Estrutura do trabalho	27
<b>2. METODOLOGIA DE PESQUISA</b>	<b>29</b>
<b>3. REVISÃO DE LITERATURA</b>	<b>33</b>
3.1 - Artesanato	33
3.2 - Artesão	38
3.3 - Produção artesanal	39
3.3.1 - Produção cooperada	44
3.4 - Educação e Treinamentos	46
3.5 - Valor	52
3.6 - Identidade e Cultura	56
3.7 - Metodologia de Design de Produto	64

<b>4. INTRODUÇÃO AO ESTUDO DE CASO</b>	<b>69</b>
4.1 - Mercado	69
4.2 - Antecedentes da pesquisa	74
- Projeto Artesão Minas	74
- Projeto Art'Estruturada	77
- Projeto Sempre-Vivas	78
- Programa SEBRAE de Artesanato	81
- Programa SEBRAE Design	82
- Centro de Integração Design Empresa/ED-UEMG	84
<b>5. PROJETO PITANGAPORÃ: ESTUDO DE CASO</b>	<b>89</b>
5.1 - Histórico - Programa Muriki	89
5.2 - Ação Multidisciplinar Integrada e Interinstitucional - diagnóstico inicial	90
5.3 - Metodologia para o Programa Muriki	91
5.4 - Primeira etapa - período: outubro de 2003 a junho de 2004	92
5.5 - Segunda etapa - período: julho de 2004 a dezembro de 2004	101
5.6 - Terceira etapa - período: março a outubro de 2005	106
5.6.1 - Descrição e análise da produção	107
5.6.2 - Resultados da análise da produção	111
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>115</b>
6.1 - Projeto Pitangaporã	115
6.2 - Design e Artesanato	118
6.3 - Conclusão	122
6.4 - Questões em aberto	123
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>125</b>

## Introdução

Tanto do ponto de vista mais abrangente, mais global, como do ponto de vista mais regional, o artesanato tem sido considerado como uma atividade que gera amplo desenvolvimento. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO<sup>1</sup>, *tem uma visão global e integrada do papel cultural, social e econômico do artesanato na vida da comunidade, povos e países*. A estratégia adotada pela UNESCO visa a preservação e o fortalecimento do artesanato, através da promoção da aproximação e do diálogo entre artesanato e design, como aspectos separados, mas interdependentes da mesma realidade criativa e econômica. Yair<sup>2</sup> denomina esta estratégia como *alianças lucrativas*. De acordo com o Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento da UNESCO<sup>3</sup>, *estima-se que o artesanato represente cerca de um quarto das microempresas no mundo em desenvolvimento*.

Nos dados apresentados em 2002 pelo Programa do Artesanato Brasileiro – PAB<sup>4</sup>, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC, o segmento artesa-

---

1 UNESCO has a global and integrated vision of the cultural, social and economic role played by handicrafts in the community life peoples and countries. UNESCO. Handcrafts and Design; Handicrafts; Seal of Excellence Programme. Disponível em: <http://portal.unesco.org>. Acesso em: 08 out. 2005.

2 YAIR, Karen et al. Crafting competitive advantage: crafts knowledge as a strategic resource. *Design Studies*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 22. p.377-394. 2001.

3 CUÉLLAR, Javier Pérez de (org.). Nossa diversidade criadora: Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento. Brasília: UNESCO / Papyrus Editora. 1997.

4 PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Brasília. Disponível em: <http://pab.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em setembro de 2002.

nal brasileiro envolve 8,5 milhões de pessoas em suas cadeias produtivas<sup>5</sup>, movimentando cerca de R\$ 28 bilhões por ano. O artesanato constrói a sua própria cadeia produtiva ao mesmo tempo em que está integrado a outros sistemas produtivos, dentre os quais pode ser destacado o turismo e a agricultura familiar.

A variedade da produção artesanal impressiona<sup>6</sup>. São fabricados objetos oriundos das mais diversas matérias-primas como fibras, algodão, argila, pedras, metais, plumagem, madeiras, materiais alternativos e reciclados, aliadas a outras tantas manifestações artísticas, culturais e de trabalhos manuais.

*O Artesanato Brasileiro é um setor da economia cujo crescimento possui alto potencial de geração de trabalho e renda, de maneira descentralizada. Considerando a peculiaridade e a relevância de cada um dos elos de sua cadeia produtiva que são: o manejo da matéria-prima, a produção, a divulgação e a comercialização do produto artesanal tanto no mercado interno quanto no internacional, surgiu a demanda por um apoio governamental que possibilite, além da geração de ocupação e renda, a preservação da cultura brasileira em cada momento da elaboração do produto.<sup>7</sup>*

Praticamente todos os projetos ou programas que objetivam a qualificação do segmento produtivo artesanal são iniciativas institucionais, dentre as quais podemos citar o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, o Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao Empreendedor – Centro CAPE, o PAB, e a Empresa de Assistência e Extensão Rural – EMATER, todos geralmente vinculados a órgãos da administração pública estadual e/ou municipal. O objetivo é oferecer peças artesanais diferenciadas para o consumidor, treinar e capacitar artesãos, otimizar a produção e resgatar ofícios tradicionais.

Um exemplo que demonstra a preocupação com o desenvolvimento do artesanato é o *Seal of Excellence for Handicrafts Products*<sup>8</sup>. O objetivo deste selo é tornar-se um mecanismo de controle de qualidade e planejamento de mercado que garanta a excelência do artesanato tradicional e dos produtos artesanais inovadores. Outro exemplo é a criação do Instituto Qualidade Sustentável – IQS, uma organização criada com a missão de desenvolver processos de certificação de sistema de gestão, produção e produtos para todo o setor artesanal brasileiro. Seguindo uma tendência mundial de estabelecer diferenciais de qualificação, este projeto de certificação está sendo desenvolvido baseado em critérios estruturados para abranger a sustentabilidade ambiental, segurança, a dimensão social e a capacidade empreendedora. A concessão do *Selo IQS – Qualidade Artesanal* visa proporcionar dife-

---

5 Cadeia produtiva - Cadeias produtivas referem-se ao conjunto de etapas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos, em ciclos de produção, distribuição e comercialização de bens e serviços. Implicam divisão de trabalho, na qual cada agente ou conjunto de agentes realiza etapas distintas do processo produtivo (SEBRAE, 2005).

6 MDIC. APEX – Made in Brazil. MDIC, 2002

7 PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Brasília. Disponível em <http://pab.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em agosto de 2007.

8 UNESCO. Handicrafts and Design; Handicrafts; Seal of Excellence Programme. Disponível em: <http://portal.unesco.org>. Acesso em: 08 out. 2005.

rencial de mercado para os produtos, melhor organização do processo de produção, maior possibilidade de capacitação das pessoas e maior confiabilidade na qualidade do produto<sup>9</sup>.

Outro exemplo é a criação, em 2004, do Centro de Tecnologia da Produção Artesanal – CTPA, parceria entre a Universidade Federal de São João Del Rei - UFSJ, a Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior de Minas Gerais e o Centro CAPE, com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais – FAPEMIG. O CTPA, instalado no campus da UFSJ, consiste na instalação de um laboratório-oficina-escola que desenvolverá pesquisas tecnológicas buscando a melhoria dos materiais usados nos produtos artesanais e de seus processos de produção, a certificação de peças artesanais para exportação, bem como promoverá o treinamento e a capacitação para artesãos. Concomitante à criação do CTPA e integrando-se à sua equipe, foi instituído junto ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq, o Grupo de Pesquisa de Base Artesanal - GPBArte, de caráter institucional e multidisciplinar, formado por professores, pesquisadores associados e estudantes da UFSJ, da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, e da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG. O GPBArte tem como objeto de pesquisa aspectos técnicos, organizacionais e sociais em aglomerados produtivos de base artesanal<sup>10</sup>.

As peças artesanais diferenciam-se pela matéria-prima, por uma técnica apurada e pelos valores culturais, sejam eles religiosos, folclóricos ou tradicionais, apresentando aspectos característicos de cada região. *O artesanato, baseado no legado de tradições passadas que se renovam em cada geração, constitui um verdadeiro “patrimônio vivo”*<sup>11</sup>. A capacitação trata de preparar os artesãos para a abertura do mercado, ou seja, para a organização destes profissionais através da formação de associações ou cooperativas, para o conhecimento da sua cadeia produtiva, para o processo de inserção dos produtos no mercado nacional e internacional, enfim, para os aspectos que integram a qualidade final do produto, além de atender aos quesitos de funcionalidade e acabamento, e que venham a reforçar o caráter empreendedor do artesão num setor produtivo cada vez mais competitivo.

*Atualmente, o “fazer manual” está valorizado. O artesanato é a contrapartida à massificação e uniformização de produtos globalizados ... Os consumidores têm buscado peças diferenciadas e originais em todos os segmentos.*<sup>12</sup>

O aumento da receptividade dos produtos artesanais pelo mercado vem intensificando a produção e este é um ponto que tem merecido atenção no tocante ao planejamento, organização e condições de trabalho. Em muitos casos a produção está sendo intensificada e as circunstâncias e recursos produtivos continuam os mesmos. Em observações de campo foi possível verificar que, onde antes o artesão produzia uma ou duas peças por semana, agora, com o aumento da demanda, ele passou a produzir de 8 a 10 peças, como em alguns casos da tecelagem e da cerâmica, por exemplo, dentre outras técnicas produtivas. Todas

9 CENTRO CAPE. IQS e Banco do Povo. Disponível em: <http://www.centrocape.org.br>. Acesso em: 09 out. 2005.

10 ABREU, J. C.. Estratégia e oportunidades locais: um estudo sobre rede dinâmica em aglomerados de empreendedores de base artesanal. Tese de D.Sc., COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. 2002.

11 CUÉLLAR, Javier Pérez de (org.). *Nossa diversidade criadora: Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento*. Brasília: UNESCO / Papyrus Editora. 1997.

12 PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. *Termo de Referência*. Brasília: SEBRAE/UF. 2004.



estas ações de cunho produtivo têm, ou deveriam ter, como premissa, o respeito aos valores socioculturais e técnicos do artesão, pois atualmente são estes os valores que carregam consigo os aspectos diferenciais demandados pelos consumidores de artesanato.

No planejamento de programas de capacitação percebe-se, muitas vezes, certa precariedade dos diagnósticos apresentados sobre os municípios ou comunidades a serem trabalhados, no tocante às atividades de design e artesanato. Até bem pouco tempo o foco estava no artesão; depois a atenção foi para o produto. Se considerarmos que a principal característica do artesanato é a de oferecer ao mercado um produto feito a mão, este foco deveria estar voltado para ambos – artesão e produto, conforme será discutido no decorrer desta pesquisa. Durante a participação em campo em vários projetos institucionais (capítulo 4), foi possível observar que os diagnósticos eram realizados, na maioria das vezes, sem a contribuição direta de profissionais de design de produto, principalmente com o enfoque na produção, ou seja, com o olhar direcionado para a oferta de matéria-prima, para o artesão-produtor e o processo produtivo, para o mercado e para a cadeia produtiva.

Outra questão que vem sendo discutida mais recentemente é a rigidez metodológica imposta para a etapa de desenvolvimento de produtos em função de padrões institucionais de atuação e o seu formato estanque. Não há a possibilidade de trabalhar a capacitação de artesãos de forma pasteurizada, impassível e padronizada. A flexibilidade é outra característica importante neste segmento produtivo<sup>13</sup>. A atividade de desenvolvimento de produto artesanal é um trabalho de construção de conhecimentos, tanto para o artesão como para o designer de produto. Conforme Gui Bonsiepe<sup>14</sup>, a ação interdisciplinar no processo de trabalho demanda a revisão de métodos, e as experiências relatadas por Vinaccia<sup>15</sup> e Barraza<sup>16</sup> demonstram a possibilidade desta adequação em situações particulares do trabalho artesanal.

A produção artesanal já se apresenta, em muitos casos, sob formas jurídicas, principalmente como cooperativas, no mesmo plano que micro e pequenas empresas, com necessidades semelhantes – adequação do produto final às tendências de mercado e a novas funcionalidades, adaptação do processo produtivo, equipamentos e tecnologias de produção e utilização de novas matérias-primas. Este novo enfoque, com respeito às suas peculiaridades simbólicas e culturais do setor artesanal, vem quebrando preconceitos e resistências, e projetos voltados para a produção, design e artesanato começam a ser discutidos e iniciados também no meio acadêmico, com o objetivo de realizar estudos que contribuam para o desenvolvimento do setor e para a formação de alunos que optem por atuar nesta área.

A partir do cenário exposto, o objetivo deste trabalho é (1) buscar compreender os princípios e as particularidades da produção artesanal, para a (2) geração de estratégias mais apro-

---

13 DORFLES, Gillo. *El Diseño Industrial y su Estética*. Barcelona: Editorial Labor S. A. 1978. YAIR, Karen et al. Crafting competitive advantage: crafts knowledge as a strategic resource. *Design Studies*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 22. p.377-394. 2001.

14 BONSIPE, Gui. *Tendências no Discurso do Design*. In: Fórum Internacional Design e Diversidade Cultural - ANAIS. Florianópolis. FIESC, SENAI e Laboratório Brasileiro de Design Industrial. 1995. p 111-116. 1995.

15 VINACCIA, Giulio. *Design e Diversidade Cultural*. Fórum Internacional Design e Diversidade Cultural - Anais. Florianópolis: FIESC, SENAI e Laboratório Brasileiro de Design Industrial. p. 41-46. 1995.

16 BARRAZA, John Chalmers. *Design, Artesanato e Desenvolvimento Regional*. Fórum Internacional Design e Diversidade Cultural - Anais. 1995. FIESC, SENAI e Laboratório Brasileiro de Design Industrial. Florianópolis. p 29-31. 1995.

priadas à adequada organização de um segmento representativo social e economicamente, gerador de benefícios reais de sustentabilidade diante de um cenário que tem se apresentado como promissor. O setor artesanal, que apesar de ser um sistema produtivo de baixa complexidade, se comparado com o setor industrial, abrange todo o processo de desenvolvimento de produto, desde a sua conceituação até a sua inserção no mercado. O desafio está em conciliar as necessidades do consumidor atual, como qualidade, custos, acesso, com os aspectos que mais caracterizam a produção artesanal, sem que ocorra a perda dos valores culturais e sociais do artesão e que este não acabe por ter suas condições de vida e de trabalho prejudicadas.

A meta deste trabalho de pesquisa propõe uma discussão sobre o desenvolvimento de produtos de base artesanal, as metodologias adotadas nesse processo e os principais atores envolvidos. Este estudo parte da hipótese de que existe uma inadequação metodológica de desenvolvimento de produtos no processo de incremento da produção, em função de incongruências socioculturais com o público trabalhado. O principal problema identificado é a descontinuidade (observada) das ações de desenvolvimento de produto que foram implementadas. A apresentação do caso Projeto Pitangaporã (capítulo 5), tem por objetivo reforçar este processo de capacitação através da pesquisa e do desenvolvimento de uma estrutura metodológica direcionada para a atividade de desenvolvimento de produtos artesanais. É uma proposta de ações integradas, interdisciplinares e interinstitucionais.

## 1.1 - A ENGENHARIA DE PRODUÇÃO NO SETOR ARTESANAL

*“Compete à Engenharia de Produção o projeto, a implantação, a melhoria e a manutenção de sistemas produtivos integrados, envolvendo homens, materiais e equipamentos, especificar, prever e avaliar os resultados obtidos destes sistemas, recorrendo a conhecimentos especializados da matemática, física, ciências sociais, conjuntamente com os princípios e métodos de análise e projeto da engenharia”<sup>17</sup>.*

Essa definição clássica, de caráter multidisciplinar, pode parecer inusitada, à primeira vista, quando se trata de artesanato ou produto artesanal. No entanto, este setor abrange todo este processo de desenvolvimento. *A atividade artesanal se projeta como um fato econômico porque, inserida no campo do trabalho, acaba por se constituir em um problema de produção*<sup>18</sup>.

Os aspectos produtivos devem ser considerados com cautela. Um novo produto pode apresentar-se como competitivo, mas se as condições de produzi-lo não estiverem bem dimensionadas, o artesão pode ter a frustração como consequência. Produtos bem conceituados e com bom acabamento, muitas vezes têm sua produção comprometida em função de ferramentas e condições de trabalho inadequadas e mão de obra desqualificada.

Alguns dos exemplos apresentados pelo Centro Tecnológico de Minas Gerais - CETEC<sup>19</sup>, em 1976, demonstram que esta discussão é uma preocupação de longa data:

---

17 American Institute of Industrial Engineering - A.I.I.E. e Associação Brasileira de Engenharia de Produção - ABEPRO

18 PEREIRA, José Carlos da Costa. Artesanato – definições, evolução e ação do Ministério do Trabalho – Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato. Brasília: Ministério do Trabalho. 1979.

19 CETEC. *Cultura e Tecnologia*. Belo Horizonte: CETEC – Setor de Desenho Industrial. (paginação irregular) 1976.

*Sabe-se que a produção artesanal de lã no Peru, a partir de trabalhos realizados recentemente, sofreu forte queda de qualidade, resultado de interferências na forma, desenhos e cores dos produtos. Numa tentativa de colocar estes produtos ativamente no mercado, a curto prazo se obteve regressão considerável na qualidade da lã obtida, na tecelagem e na decoração final das peças.*

*No Equador, quando se pretendeu intensificar o trabalho artesanal, voltando-o diretamente para as expectativas imediatas do mercado consumidor estrangeiro, desarticulou-se toda a produção, resultando também em redução da qualidade e comprometendo os processos, já que os anciãos detentores das técnicas não conseguiram transmiti-las aos mais jovens, já emancipados na nova tecnologia transplantada.*

O setor artesanal vem passando por avaliações e reestruturações no tocante ao processo produtivo, ao produto e ao mercado. Esta movimentação vem gerando a necessidade de uma revisão nos processos de trabalho, e de aquisição de conhecimentos e práticas técnicas e de gestão aos quais o artesão não precisava estar atento anteriormente, conforme foi verificado no estudo de Safar<sup>20</sup>. A Engenharia de Produção atua de maneira a integrar os aspectos humanos, econômicos, sociais e ambientais no planejamento e na organização da produção.

As técnicas produtivas são inúmeras e a cada uma cabe uma avaliação específica. Com a intensificação, em muitos casos, as condições e as formas de organização tornam-se preocupações relevantes, visto que, no setor artesanal, de uma maneira geral, predomina um sistema produtivo rudimentar. Apesar de o artesão possuir extrema intimidade com todo o processo de produção, este foi construído para a confecção de um volume reduzido de peças, aspecto inerente ao segmento. No entanto, na ânsia de atender às oportunidades oferecidas pela abertura de mercado, a espontaneidade produtiva pode transformar-se num sistema precário, de intensificação do trabalho e aumento em suas cargas física, psíquica e cognitiva<sup>21</sup>, decorrendo em prejuízo na qualidade final do produto e, principalmente, na saúde e moral deste trabalhador. Segundo Lima<sup>22</sup>, *o trabalho é um fenômeno complexo que interessa de múltiplas formas aos homens*. O trabalho do artesão é para ele não somente uma forma de sustento, mas tão ou mais importante, uma forma de expressão e de socialização.

Lima<sup>23</sup> coloca que *a ergonomia, em sua definição mais recente, aparece como uma disciplina técnica que se propõe conhecer a “atividade real do trabalho” com vistas à sua transformação*. Esta transformação, evidentemente, trata da busca pelo bem-estar do trabalhador, o que, conseqüentemente, constitui-se em motivação para a continuidade do trabalho. No caso do artesão, esta busca percorre todo o processo produtivo, ao contrário,

20 SAFAR, Gisele Hissa. *Subsídios para a Elaboração de Programas de Melhoria da Qualidade da Produção de Cerâmica Artesanal da cidade de Inhaúma, Minas Gerais*. Dissertação (Mestrado Engenharia de Produção) Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte. 2002.

21 WISNER, Alain. *Por dentro do trabalho - ergonomia: método e técnica*. São Paulo: FTD: Obore. 1987.

22 LIMA, Francisco de Paula Antunes. Ergonomia, ciência do trabalho, ponto de vista do trabalho: a ciência do trabalho numa perspectiva histórica. *Revista Ação Ergonômica*. Vol.1, no. 2. p 35. 2001.

23 LIMA, Op. cit.

por exemplo, da manufatura, caracterizada pelo parcelamento de tarefas, onde o trabalhador lida com operações específicas e pontuais. A abordagem da ergonomia e das demais formas de análise do trabalho é, desta maneira, um enfoque possível para busca de soluções para problemas ligados à produção artesanal a partir do olhar da engenharia de produção.

Segundo Kotler<sup>24</sup>, *um motivo é uma necessidade que é suficientemente importante para levar a pessoa a agir*. Esta afirmação remete à conhecida Pirâmide das Necessidades de Maslow, que apresenta uma teoria para explicar as razões da motivação, segundo a qual as necessidades humanas estão organizadas e dispostas em níveis, numa hierarquia de importância e de influência. Na base da pirâmide encontram-se as necessidades fisiológicas e de segurança, relacionadas com a sobrevivência do indivíduo, e no topo, as necessidades relacionadas à autonomia e autodesenvolvimento, complementares às necessidades sociais.

Também o conceito de qualidade do produto artesanal é uma questão complexa. Grosso modo, poderíamos considerar que ela é constituída pelo indivíduo, pela técnica produtiva e pelo produto. Em todo o contexto que procede a estes três aspectos, destacam-se as peculiaridades morfológicas e estéticas. A qualidade no produto artesanal será abordada adiante, em uma breve discussão sobre o mercado do produto de base artesanal. O problema da produção artesanal é extenso, amplo e complexo, e pode ser abordado de diversas maneiras. Além do projeto de produto, podemos destacar as áreas ligadas às condições e organização do trabalho, aspectos do desenvolvimento organizacional em função das necessidades do artesão, e a gestão, tanto no que se refere ao sistema produtivo como à mercadologia.

Tendo em vista as experiências anteriores da autora em campo, em ações de intervenção voltadas para o design e a engenharia de produção, e a possibilidade de ação imediata mediante as demandas apresentadas pelo setor, a ênfase deste trabalho de pesquisa concentra-se nas dimensões do produto, mais especificamente, do projeto de produto, considerando-o como um aspecto integrador de todo o sistema produtivo. O processo produtivo artesanal aqui proposto como objeto de estudo refere-se à definição das tipologias de produto, adequação técnica, sistema e condições de produção, e estratégias de inserção do produto no mercado.

## 1.2 - ESTRUTURA DO TRABALHO

A estrutura de trabalho adotada foi elaborada com a intenção de situar o leitor no universo produtivo de base artesanal, de grande representatividade para a economia, a cultura e a sociedade.

O Capítulo 1 faz uma exposição sumária do cenário atual apresentando alguns exemplos de ações voltadas para a incremento deste segmento. O Capítulo 2 é dedicado à metodologia de pesquisa adotada neste trabalho de investigação. O Capítulo 3 tem o objetivo de apontar os principais conceitos que envolvem a atividade produtiva, buscando aspectos

---

24 KOTLER, Philip e KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Education do Brasil Ltda. 2005.

referenciais e delimitadores que possam orientar o desenvolvimento do setor artesanal, e apresenta-se na forma de um conciso mapeamento das características contextuais e comerciais do artesanato. O Capítulo 4 – Introdução ao estudo de caso, tem por objetivo traçar características de mercado do produto artesanal, e demonstrar, através das experiências de campo da autora desta pesquisa, a importância da sua formação para a formulação das observações apresentadas no decorrer do texto. O Capítulo 5 trata do estudo de caso denominado Projeto Pitangaporã, onde é apresentado a metodologia, o planejamento e a execução de design para o artesanato, e os resultados alcançados com esse trabalho. Tendo em vista a análise sobre a inserção da metodologia de desenvolvimento de produto, o estudo de caso apresentado busca abranger aspectos de design, produção, organização e comercialização, ou seja, da ideação até o consumidor. O Capítulo 6 apresenta uma análise dos resultados e as considerações finais sobre a pesquisa realizada, concatenada ao estudo de caso, e às potencialidades que tem sido identificadas para o setor produtivo artesanal, considerando o conceito de sustentabilidade, ou seja, de ações de continuidade pelo próprio produtor artesanal.



Figura 01 – Anjo feito com palha de milho. Diamantina.

Fonte: Centro IDE / UEMG. 2005.

## Metodologia de pesquisa

As atividades realizadas neste estudo envolveram duas instituições de ensino superior e pesquisa: a Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG, através Programa de Design e Produção Artesanal da Escola de Design - ED, e a Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, através do Departamento de Engenharia de Produção - DEP. Os principais pontos estudados referem-se ao artesanato, design de produto, metodologia, produção, cooperativismo, mercado e geração de emprego e renda. As atividades de pesquisa foram concentradas na revisão de literatura e no estudo de caso, ocorridas simultaneamente, e complementadas pelas práticas de campo realizadas no período de 1997 a 2004. No estudo de caso, *considerado como uma tentativa de abranger as características mais importantes do tema que se está pesquisando*<sup>25</sup>, o método utilizado como referência para o planejamento e a construção das ações de trabalho foi a pesquisa-ação, no período de outubro de 2003 a junho de 2005, como instrumento tanto de pesquisa como de trabalho.

No caso da atividade de trabalho, esta se refere ao fato da participação da Escola de Design (ED-UEMG) no projeto de criação e implementação de um grupo produtivo de base artesanal previsto pelo Programa Muriki, que será descrito e discutido no Capítulo 5. A metodologia adotada por esta entidade para o desenvolvimento de um plano de atividades de design de novos produtos foi elaborada pela autora, então coordenadora do Programa de Design e Produção Artesanal, responsável também pela coordenação da equipe de implementação

---

25 CARVALHO, Maria Cecília M. Construindo o saber – Metodologia científica: fundamentos e técnicas. Campinas: Papirus. 1998.

deste plano, composta por alunos dos cursos de design de produto e design gráfico, na época, estagiários do Centro de Integração Design-Empresa – Centro IDE (ED-UFGM).

Posteriormente, em uma fase mais avançada do processo de implementação, o trabalho e a pesquisa contaram com o apoio do Laboratório Integrado de Design e Engenharia de Produto – LIDEP (DEP-UFGM). Essa foi uma etapa direcionada para o sistema produtivo, no tocante às condições e organização do trabalho no processo de desenvolvimento de produtos.

A inserção de ações de desenvolvimento de produtos artesanais tem sido direcionada para o trabalho com grupos produtivos, conforme demonstra o Projeto Artesão Minas, realizado pelo Centro CAPE, em 1997, o Projeto Art'Estruturada<sup>26</sup>, e o Programa Sebrae de Artesanato<sup>27</sup>. Na fase inicial de implantação desses programas de incremento do setor, os grupos se caracterizavam por uma formação heterogênea no tocante à faixa etária, técnicas produtivas, artesãos muito experientes com indivíduos que começavam a buscar nesta atividade uma oportunidade de trabalho e renda.

Atualmente, a preocupação está em trabalhar com grupos mais homogêneos, pelo menos no que se refere à técnica produtiva. De um modo geral, o objetivo das ações de capacitação é formar grupos independentes, ou seja, capazes de conduzir suas atividades de modo a garantir a continuidade das ações iniciadas pelas instituições de apoio. Neste sentido, a metodologia de pesquisa-ação foi identificada como apropriada, pois trata de uma linha de pesquisa associada a ações coletivas.

Segundo Michel Thiollent<sup>28</sup>:

*A pesquisa-ação é um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo.*

Os objetivos, o planejamento das ações, a identificação dos problemas, os procedimentos de rotina, o percurso característico de um processo de construção, tudo foi estabelecido de modo participativo. Aos pesquisadores prevaleceu a atitude de elucidação. Outra característica da pesquisa-ação é a conjugação do conhecimento com a ação para a geração de novos conhecimentos.

Além dos aspectos acima considerados, nesta pesquisa-ação o pesquisador teve o papel de agir com o grupo no processo de desenvolvimento de produto, como parceiro do artesão. O artesão tem o domínio técnico-produtivo e nele, na maioria das vezes, prevalece o saber informal. O pesquisador tem a capacidade de investigação, de identificar potencialidades, de planejar, prevalecendo o saber formal. O estudo da metodologia auxilia o pesquisador neste percurso.

---

26 PROJETO ART'ESTRUTURADA. *Diagnósticos e processo de revitalização do produto artesanal*. Belo Horizonte: Programa SEBRAE de Artesanato, SEBRAE-Minas, Centro CAPE, Central Mãos de Minas. 1998.

27 PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. *Repasse Metodológico*. Design e Artesanato. *Apostilas do curso preparatório para trabalhos de campo*. Belo Horizonte: SEBRAE/MG. 1998.

28 THIOLENT, Michel. *Metodologia da Pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez Editora. 1997.

Especificamente na 3ª. etapa do projeto<sup>29</sup>, referente ao processo de produção, a pesquisa passa a contar com a participação de uma nova colaboradora<sup>30</sup>. Foram realizadas visitas aos locais de produção (residências), as quais permitiram uma melhor visualização do processo produtivo através de observações, entrevistas semi-diretivas e registro iconográfico. A observação participante é um método de investigação em que o pesquisador procura integrar-se ao grupo estudado, vivendo junto a este e participando de suas atividades. As entrevistas constituem uma técnica alternativa para se coletar dados não-documentados sobre um determinado tema<sup>31</sup>. Nessa pesquisa foram realizadas entrevistas semi-diretivas com a finalidade de explorar o processo produtivo de cada artesão. Foram realizadas 5 entrevistas nas residências dos artesãos, então locais de produção, e cerca de 5 entrevistas durante as reuniões feitas pelo grupo de artesãos, sendo estas realizadas entre os meses de abril a junho de 2005. Esta foi uma etapa de foco mais analítico, ao contrário das etapas anteriores, caracterizadas por participações efetivas no processo de implementação das atividades.

A pesquisa bibliográfica tratou de procurar informações sobre os principais pontos destacados no objeto de estudo definido. Foram realizadas leituras e consultas a livros, periódicos, teses, dissertações e publicações de órgãos oficiais, localizando e compilando dados.

A análise documental refere-se ao material fornecido durante participações no Projeto Art'Estruturada<sup>32</sup>, no Programa Sebrae de Artesanato<sup>33</sup>, e no Programa Sebrae Design<sup>34</sup>.

No decorrer da pesquisa foram realizadas apresentações para promover discussões, reflexões e esclarecimentos sobre o tema, tanto no meio acadêmico e institucional, quanto junto ao grupo de artesãos e à equipe técnica da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte - PBH, responsável pelo Programa Muriki:

- Programa Universidade / Canal Saúde FIOCRUZ – Fundação Oswaldo Cruz, em setembro de 2004;
- Minastec, evento promovido pelo Sebrae-MG, em outubro de 2004;
- XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção - ENEGEP, realizado em Florianópolis em novembro de 2004;
- Programa de Educação Previdenciária / Instituto Nacional do Seguro Social – INSS, palestra realizada em Itabirito em março de 2005;
- V Congresso Brasileiro de Gestão e Desenvolvimento de Produtos - CBGDP, em agosto de 2005, em Curitiba (PR);
- disciplina de Metodologia de Projeto IV, do curso de Design de Produto da Escola de Design da UEMG, em agosto de 2005;

---

29 Ver Capítulo 5, item 5.6.

30 Projeto de Iniciação Científica (VAZ, 2005).

31 CARVALHO, Maria Cecília M. Construindo o saber – Metodologia científica: fundamentos e técnicas. Campinas: Papyrus. 1998.

32 PROJETO ART'ESTRUTURADA. *Diagnósticos e processo de revitalização do produto artesanal*. Belo Horizonte: Programa SEBRAE de Artesanato, SEBRAE-Minas, Centro CAPE, Central Mãos de Minas. 1998.

33 PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. Repasse Metodológico. Design e Artesanato. *Apostilas do curso preparatório para trabalhos de campo*. Belo Horizonte: SEBRAE/MG. 1998.

34 PROGRAMA SEBRAE DESIGN. *Edital Via Design 01-2002*. Brasília: SEBRAE/UF. 2002.



- disciplina de Design e Ergonomia no Projeto de Produto, no curso de mestrado do Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Minas Gerais -PPGEP/UFMG, em junho de 2005;
- disciplina de Metodologia de Projeto, no curso de mestrado do PPGEP/UFMG, em setembro de 2005;
- II Seminário CTPA, através do GPBArte, realizado em São João Del Rei em dezembro de 2005;
- e apresentações para o Grupo Pitangaporã realizadas principalmente ao final de cada etapa do projeto.

## Revisão de literatura

### 3.1 - ARTESANATO

O artesanato está presente no cotidiano do homem desde os povos mais primitivos. Adveio das necessidades do indivíduo de se alimentar, de se proteger e de se expressar. Foi sem dúvida um processo empírico de desenvolvimento operacional e do estabelecimento de ocupações mais específicas na formação social, o que deu origem a artesãos de vários gêneros. A produção era apenas o suficiente para suprir à demanda local<sup>35</sup>. Mecanismos de troca de mercadorias movimentavam e estimulavam a economia e, com isso, promoveram o desenvolvimento de habilidades técnicas e criativas, o que deu origem à formação de grupos sociais produtivos que se organizavam como clãs, geralmente familiares, como corporações, ou como tribos e quilombos, considerando nossos antepassados brasileiros. A atividade do artesão consistia em dominar todo o processo produtivo, da concepção ao produto acabado e à sua comercialização.

Na Grécia, século V a.C., o trabalho artesanal era definido como artes industriais, quando já predominavam as indústrias domésticas<sup>36</sup>. Nas corporações medievais, havia entre as artes liberais e as artes mecânicas duas atividades distintas: a primeira, de produção

---

35 RUGIU, Antônio Santoni. *Nostalgia do Mestre artesão*. Campinas: Autores Associados. 1998.

36 PEREIRA, José Carlos da Costa. *Artesanato – definições, evolução e ação do Ministério do Trabalho – Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato*. Brasília: Ministério do Trabalho. 1979.

de pensamento, e a segunda, de produção de mercadorias<sup>37</sup>. O artesanato era categorizado como “artes mecânicas”. *A grande expansão da atividade artesanal viria a ocorrer entre os Séculos XII e XV (era das Corporações de Ofícios)*<sup>38</sup>. Já nesta época, “... nenhuma burguesia pode prescindir dos objetos fabricados que exige a satisfação das suas necessidades”. As vendas aumentam, as corporações estabelecem formas de trabalho mais estruturadas. Começa a se destacar o papel do intermediário, ou como era denominado na época, o mercador, assumindo o ciclo de comercialização das peças artesanais.

Foi sem dúvida o artesanato uma grande contribuição para o desenvolvimento da manufatura. E foi sem dúvida a manufatura que contribuiu para a marginalização do artesanato diante do processo de modernização da produção das sociedades pré-capitalistas. O sistema produtivo cada vez mais se caracterizava pelas ações de continuidade ou de repetição. A consequência para o artesanato com o estabelecimento da manufatura foi, principalmente, a decomposição dos ofícios em operações parciais gerando, dessa forma, a divisão do trabalho. O parcelamento de tarefas promovia o aumento da produtividade do trabalho, decorrendo em produtos com os custos de produção cada vez mais baixos<sup>39</sup>.

Como para o consumidor final, usuário e comprador, prevalecia o valor utilitário em um produto de custo acessível, a produção, intensificada, faz com que o artesão perca a capacidade de exercer o seu ofício em toda a sua extensão<sup>40</sup>.

*Nos seus começos, a manufatura quase não se distingue, do ponto de vista do modo de produção, do artesanato das corporações, a não ser através do número maior de trabalhadores simultaneamente ocupados pelo mesmo capital. Amplia-se apenas a oficina do artesão*<sup>41</sup>.

Nos dias de hoje, esta é uma situação que pode ser percebida em alguns segmentos produtivos, como na tecelagem ou na cerâmica, ou em produções que utilizam como matéria-prima a pedra-sabão, a palha de milho, a madeira, dentre outras.

A meta naquela fase do capitalismo consistia na otimização da capacidade produtiva, ou seja, trabalhar no limite. Na sequência, veio a evolução da manufatura com o surgimento da mecanização e o desenvolvimento da maquinaria. Moraes Neto<sup>42</sup> coloca que o *ser humano deixa de ser a unidade dominante do processo de trabalho*. Ou nas palavras de Marx<sup>43</sup>, *a máquina substitui a força muscular humana*.

O homem que produzia o produto passa a produzir a maquinaria que produz o produto. Uma forma de produzir mais e vender mais. Os custos de produção vão diminuindo na relação inversa dos lucros, que aumentam e fortalecem o capitalismo, através da promoção do consumo de massa.

37 RUGIU, Antônio Santoni. Nostalgia do Mestre artesão. Campinas: Autores Associados. 1998.

38 PEREIRA, José Carlos da Costa. Artesanato – definições, evolução e ação do Ministério do Trabalho – Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato. Brasília: Ministério do Trabalho. 1979.

39 MORAES NETO, Benedito Rodrigues. A evolução dos processos de trabalho e a natureza da moderna automação. *Estudos de Sociologia*. São Paulo: UNESP. Vol. 1. 1996.

40 MARX, Carl. *O Capital: crítica da economia política*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S. A. 1980.

41 MARX, Carl. Op. cit.

42 MORAES NETO, Op. cit.

43 MARX, Carl. Op. cit.

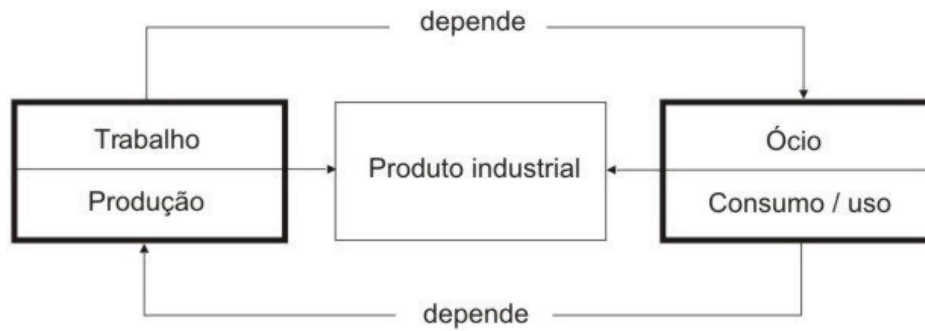


Figura 2 – A figura constitui as bases de nossa economia e de nossa produção industrial.

Fonte: LOBACH, 1981

No Brasil Colônia, segundo Pereira<sup>44</sup>, com a expansão dos núcleos populacionais, a atividade artesanal se diversificava e se desenvolvia de acordo com as demandas e oportunidades, apesar de ainda não serem considerados, na sua maioria, como artesãos de grande experiência. A produção artesanal concentrava-se nas necessidades locais de aldeias, vilarejos e fazendas. Posteriormente, com o advento da urbanização, o artesanato passa a encontrar mais condições de atuação e de aprimoramento. Nesse processo civilizatório, o artesanato teve grandes contribuições estéticas, produtivas e educativas dos mestres e artistas vindos de Portugal. No entanto, com a industrialização, o artesanato passa a ser considerado não mais um ofício, mas como uma atividade ligada ao folclore, à cultura popular, ou como trabalhos de presidiários e *hippies*, sendo então excluído da dimensão do trabalho, provocando o desaparecimento de algumas destas atividades ou dando-lhes novas configurações<sup>45</sup>.

O povo brasileiro é reconhecido no mundo como um povo criativo e expressivo. Neste sentido a colocação de Aloísio Magalhães<sup>46</sup> sobre o artesanato no Brasil é curiosa e provocativa:

*Diria de início, que, na realidade, dentro dos padrões ortodoxos, não existe artesanato no Brasil. O que existe é uma disponibilidade imensa para o fazer. Aproximamo-nos, agora, de um possível raciocínio ligado ao problema artesanal. Parece-me que, no caso brasileiro, toda atividade com características de artesanato, ou seja, pequena intermediação entre a mão que faz e o objeto que se usa, são formas iniciais de uma atividade que quer evoluir na direção de maior complexidade tecnológica para resultados mais efetivos. Talvez seja preciso dizer que, não existindo tradições profundas, nem cristalização no trato da matéria-prima – que constituiriam características do artesanato clássico, o que devemos fazer no Bra-*

44 PEREIRA, José Carlos da Costa. Artesanato – definições, evolução e ação do Ministério do Trabalho – Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato. Brasília: Ministério do Trabalho. 1979.

45 PEREIRA, José Carlos da Costa. Op. cit. e YAIR, Karen et al. Design through making: crafts knowledge as facilitator to collaborative new product development. *Design Studies*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 20. p.495-515. 1999.

46 Designer brasileiro responsável pela fundação da Escola Superior de Desenho Industrial - ESDI, primeiro curso de design em nível superior no país e um dos pioneiros da atividade no Brasil. Aloísio Magalhães desenvolveu projetos conhecidos nacional e internacionalmente, como a identidade visual da Petrobrás (alterada a alguns anos), o desenho das notas do cruzeiro novo e o símbolo do IV centenário do Rio de Janeiro.

*sil é observar essa disposição, essa presença de um índice muito alto de invenção, na busca de peculiaridades a serem estimuladas, criando-se, assim, condições para que o processo se desenvolva em harmonia. É possível, até, caracterizar-se essa alta inventividade como uma atitude que se poderia chamar de pré-design: o homem brasileiro estaria intuitivamente mais próximo de conceitos de design do que propriamente artesanais, no sentido clássico.*<sup>47</sup>

Nos tempos atuais, o artesanato adquire novas dimensões que buscam revitalizar a atividade. Ele é destacado como portador de elementos culturais, simboliza autenticidade e promove a educação. Do ponto de vista econômico, é uma atividade que gera trabalho e renda, e adquire a função social. Sob ambos os aspectos, é uma atividade que deveria contribuir para a melhoria da qualidade de vida. O artesanato é um trabalho que pode ser feito em qualquer lugar e em qualquer tempo. Segundo Pereira<sup>48</sup>, *o artesanato proporciona mais emprego e produção com menos dispêndio de capital e, por isto, se torna importante fator de fomento social e econômico.* Da mesma forma, Cuéllar<sup>49</sup> coloca que *unidades de produção artesanal podem ser instaladas com investimento praticamente zero, particularmente nas comunidades em que as tradições permanecem vivas.*

*A conceituação do artesanato é uma tarefa difícil, ante a polêmica existente entre aqueles que procuram defini-lo como uma atividade sócio-econômica e os que a definem como uma atividade que expressa a cultura de um povo, região ou raça.*<sup>50</sup>

A identificação de um conceito como referência para a realização deste trabalho é o apresentado por Souza<sup>51</sup>:

*(...) é uma atividade com finalidades comerciais, que pode ser desenvolvida com ou sem o uso de máquinas rudimentares, onde predomina a habilidade manual e a criatividade de seu agente produtor; e desde que a sua produção não se realize em série.*

Os produtos artesanais têm sido classificados em diversas categorias talvez como uma forma de facilitar a identificação do tipo de sistema produtivo e de faixa de mercado consumidor. Algumas das definições de categorias mais utilizadas em projetos e programas de incremento do setor produtivo de base artesanal são as apresentadas pelo Programa

47 FIESP/CIESP. *Artesanato e Desenho Industrial: um processo contínuo.* São Paulo: Núcleo de Desenho Industrial / CIESP. 1981.

48 PEREIRA, José Carlos da Costa. *Artesanato – definições, evolução e ação do Ministério do Trabalho – Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato.* Brasília: Ministério do Trabalho. 1979.

49 CUÉLLAR, Javier Pérez de (org.). *Nossa diversidade criadora: Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento.* Brasília: UNESCO / Papyrus Editora. 1997.

50 SOUZA, Tereza de. *Uma estratégia de Marketing para o Artesanato do Rio Grande do Norte.* Tese (Doutorado em Administração). Fundação Getúlio Vargas. São Paulo. 1991.

51 SOUZA, Op.cit.

SEBRAE de Artesanato<sup>52</sup> e Projeto Art'Estruturada<sup>53</sup> – artesanato tradicional, contemporâneo ou conceitual, produtos típicos, trabalhos manuais e *souvenirs*. Da mesma forma, a Artesanias de Colombia S.A.<sup>54</sup>, uma empresa de economia mista vinculada ao Ministério de Comércio, Indústria e Turismo desse país, apresenta três categorias – artesanato indígena, tradicional e contemporâneo, e estende-se mais na classificação de ofícios. A cerâmica, os bordados, a cestaria, a fundição, carpintaria, costura, joalheria, são alguns exemplos dentre muitos outros. Portanto, é possível verificar que uma mesma categoria poderia ser interpretada com um sentido diferente.

Ainda não existe uma normatização padrão para estas classificações no segmento produtivo de base artesanal. O próprio conceito de patrimônio cultural brasileiro, segundo a Constituição da República Federativa do Brasil<sup>55</sup>, apresenta categorias diretamente ligadas ao artesanato como “formas de expressão”, modos de criar”, ou “modos de fazer” dos grupos formadores da sociedade brasileira. Tomemos, por exemplo, os conhecidos bonecos de Mestre Vitalino em Caruaru/PE: Mestre Vitalino, em seu tempo e em seu contexto ‘criou’ os bonecos, o estilo, e de lá para cá, os bonecos vêm sendo repetidos, recriados, feitos, refeitos, a cada dia no artesanato pernambucano e nordestino; daí, respectivamente, o *criar* e o *fazer* do povo brasileiro<sup>56</sup>.

As diversas categorias de produtos artesanais possuem características próprias, mas guardam em comum alguns princípios produtivos deste segmento. Aqueles considerados de maior valor agregado, como o artesanato indígena ou o artesanato tradicional, geralmente são de menor produção, possuindo maior valor de mercado. Aproximam-se da Arte Popular e, por conseguinte, caracterizam-se mais como forma de expressão<sup>57</sup>. Em contraponto, aqueles de maior capacidade produtiva, que utilizam técnicas mais simples de produção e possuem menor valor no mercado, muitas vezes são reconhecidos pejorativamente como o “industrianato”, sendo um segmento por natureza marginalizado por aproximar-se do sistema de manufatura, por estar no “limite” entre a produção “autêntica” e aquela puramente industrial (figura 3).

Neste universo produtivo cada caso possui aspectos únicos e deveria ser trabalhado em função de seus objetivos e oportunidades de melhorias específicas para o atendimento a novos mercados, de sua capacidade produtiva, e da meta de se alcançar sustentabilidade, seja econômica, social, cultural ou ambiental.

---

52 PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. Repasse Metodológico. Design e Artesanato. *Apostilas do curso preparatório para trabalhos de campo*. Belo Horizonte: SEBRAE/MG. 1998.

PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. *Termo de Referência*. Brasília: SEBRAE/UF. 2004.

53 PROJETO ART'ESTRUTURADA. *Diagnósticos e processo de revitalização do produto artesanal*. Belo Horizonte: Programa SEBRAE de Artesanato, SEBRAE-Minas, Centro CAPE, Central Mãos de Minas. 1998.

54 ARTESANIAS DE COLOMBIA. Definición y clasificación. Disponível em: <http://www.artesantiasdecolombia.com.br>. Acesso em: 16 nov. 2005.

55 CONSTITUIÇÃO: REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. Brasília: Senado Federal, Centro Gráfico. 1988.

56 DEPROM – webmaster@iphan.gov.br. *Artesanato*. Mensagem eletrônica recebida em: 14 nov. 2005. 15:08.

57 PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. *Termo de Referência*. Brasília: SEBRAE/UF. 2004.

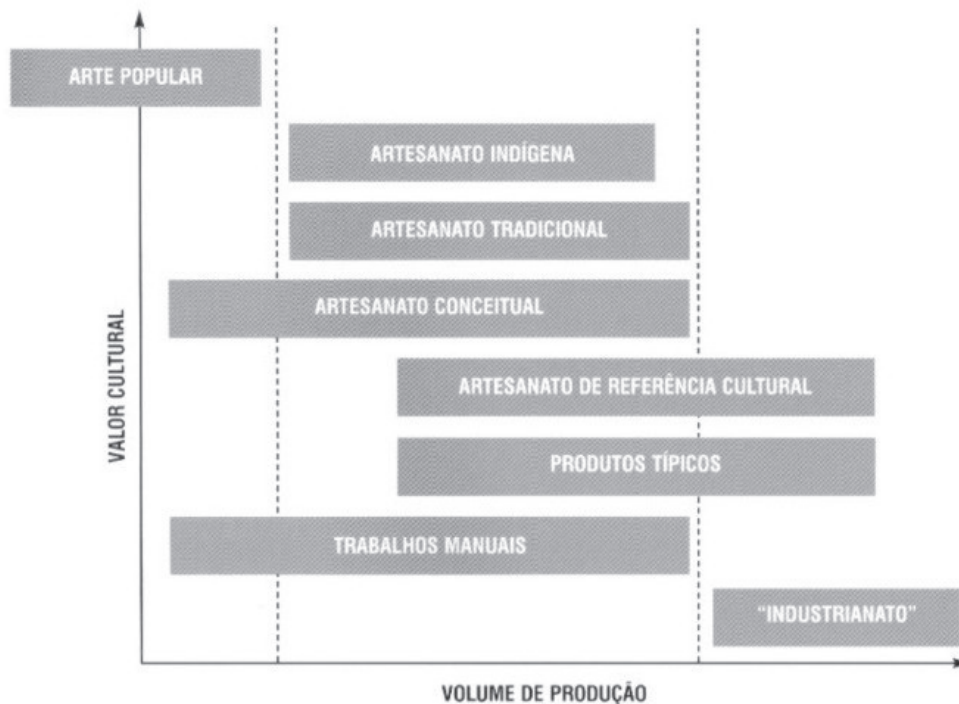


Figura 3 - Critérios para avaliação de tipos de produtos artesanais apresentados no Termo de Referência do Programa SEBRAE de Artesanato

Fonte: SEBRAE, 2004.

### 3.2 - ARTESÃO

O artesão se caracteriza pela prática de atividades manuais. De acordo com observações feitas em campo, foi possível perceber diversas formas de relação entre os produtores de base artesanal com o seu trabalho e suas diversas formas de aprendizado. Muitos artesãos dedicam-se exclusivamente a esta atividade enquanto outros a mantêm como uma complementação de renda ou, como eles mesmos dizem, “qualquer serviço ajuda”. Na sua maioria são pessoas simples que almejam obter melhores condições para atender às suas necessidades básicas de sobrevivência. O grau de escolaridade do artesão ainda é, na maioria dos casos, a formação elementar. Alguns não sabem ler e escrever, e aprenderam os seus ofícios com familiares, atravessando gerações, onde a relação mestre-aprendiz ainda resiste. Segundo consta no Dicionário do Folclore Brasileiro<sup>58</sup>, mestre é o título dado aos peritos trabalhadores manuais; *é uma reminiscência, como nome de tratamento respeitoso, do artesão medieval, consciente de sua dignidade funcional*. Parte dos artesãos aprendeu através de programas de televisão ou através de revistas periódicas de técnicas artesanais que, geralmente, utilizam matérias-primas de origem industrial. Outros resolveram experimentar sozinhos a partir da identificação com uma habilidade manual ou com um tipo de matéria-prima. Alguns têm curso superior e buscam nesta atividade uma maneira de realização e qualidade de vida, e também de sustento.

58 CASCUDO, Luiz da Câmara. *Dicionário do Folclore Brasileiro*. São Paulo: EDUSP. 1988.

No sistema tradicional de produção artesanal a técnica é repassada obedecendo a laços familiares ou a escolhas rígidas no sentido de estar transmitindo também os seus segredos, dentro da tradição das antigas corporações de ofício<sup>59</sup>. Com a inserção dos programas de capacitação para o setor, técnicas produtivas são inseridas também por meio de treinamentos para grupos de potenciais artesãos como uma maneira de aliviar a situação de desemprego, de exclusão social ou de baixa renda, ou, em outros casos, para o aprimoramento de ofícios. A implementação de atividades de design de produto tem contribuído para a preservação de ofícios tradicionais ao mesmo tempo em que busca, de forma intermitente, a inovação e a contemporaneidade. Fatores como o crescimento populacional e o desemprego fizeram com que o número de artesãos crescesse<sup>60</sup>, o que demonstra que a competitividade também cresceu. Neste sentido, os quesitos originalidade e qualidade tem sido determinantes.

Portanto, o artesão, que cria e constrói uma peça que é portadora de elementos identitários, domina todo o processo produtivo, trabalha isolado, no caso de algumas técnicas, enquanto em outras busca por uma produção cooperada, já começou a entender a importância de se cultivar as suas referências técnico-produtivas, sociais, culturais e ambientais, como os elementos diferenciais do produto. O estímulo que vem sendo dado aos artesãos para trabalharem no modo cooperativo de produção deveria ser entendido primeiramente como um caminho para o fortalecimento coletivo perante, principalmente, as novas circunstâncias de comercialização, conforme será abordado principalmente no item 3.3.1 deste capítulo, e no item 4.1 do capítulo 4.

### 3.3 - PRODUÇÃO ARTESANAL

Alguns aspectos referentes ao processo produtivo são interessantes e devem ser considerados. Quando o artesão utiliza-se de algum tipo de instrumento na produção, ele é de fato tratado como a extensão de suas mãos, não comprometendo a sua força de expressão e, por isso, também, não comprometendo a principal característica do artesanato que é de oferecer ao mercado um produto feito a mão. Gillo Dorfles<sup>61</sup> coloca que, o artesanato, mesmo que submetido a uma repetição em numerosos exemplares, *nunca alcança em todas as suas cópias a absoluta identidade de umas com as outras*. Outro ponto que deve ser levado em conta é a capacidade e autonomia do artesão de regular o seu próprio tempo de trabalho, compartilhando-o com as outras tarefas junto à sua família e à sua comunidade, fundamentais para a sua formação, para a sua percepção, e, conseqüentemente, para a sua linguagem de expressão refletidas no seu produto. Esse modo de produção é mais um dos elementos que o diferenciam do processo produtivo em série.

Se houve um aumento no número de artesãos, como foi dito anteriormente, houve um aumento também dos volumes de produção. Com isso, muitos dos sistemas produtivos artesanais carecem de serem revistos em função não só do atendimento às oportunidades de mercado, mas também em função do bem estar do artesão, a

---

59 RUGIU, Antônio Santoni. *Nostalgia do Mestre artesão*. Campinas: Autores Associados. 1998.

60 CUÉLLAR, Javier Pérez de (org.). *Nossa diversidade criadora: Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento*. Brasília: UNESCO / Papyrus Editora. 1997.

61 DORFLES, Gillo. *El Diseño Industrial y su Estética*. Barcelona: Editorial Labor S. A. 1978.



começar pela aquisição da matéria-prima. Em trabalhos de campo realizados<sup>62</sup> ficou demonstrado que, onde antes buscava-se dois ou três sacos de palha de milho por semana para a confecção de alguns poucos cestos ou tapetes, hoje grupos de artesãos associados adquirem toda a palha oriunda de colheitas locais de milho, como é o caso de Cipotânea, Minas Gerais, onde o cultivo deste grão aumentou em função do artesanato, segundo informações fornecidas pela unidade da Emater no município. Antes a palha era cedida pelos agricultores e hoje ela é vendida. Outro exemplo de aquisição de matéria-prima é no caso da cerâmica em comunidades do Vale do Jequitinhonha. Uma artesã da zona rural do município de Rio Pardo de Minas relata que a argila também já não é mais cedida. O transporte, geralmente feito em uma pequena carroça de madeira puxada pela artesã (predomina a presença de mulheres), torna-se insalubre pelo aumento do número de viagens e da distância, visto que nos locais mais próximos não se encontra mais a argila adequada. Operações de preparação da matéria-prima demandam mais tempo e esforço do artesão em função do volume e da falta de condições de infraestrutura física para lavagem, tratamento e acondicionamento, até então adequada para pequenas quantidades.

O local de trabalho do artesão é atípico se o considerarmos como um sistema produtivo. Normalmente está vinculado ao ambiente doméstico, ou dentro de casa, ou ao lado. Percebe-se, claro, a preocupação do artesão em adequar-se a estas condições no que diz respeito a ter um certo conforto, mas esta preocupação está muitas vezes limitada a uma produção menor. A partir do momento em que há um aumento no volume produzido, aspectos referentes a posturas de trabalho, iluminação, manipulação dos objetos e materiais, dentre outros, precisam ser reavaliados, até porque em muitos casos cresce a necessidade de buscar auxiliares para a execução do trabalho, decorrendo neste caso na reformulação da estrutura produtiva. Na maioria das situações de atender a uma demanda, os artesãos dividem as tarefas. Continuam produzindo cada um em seu local de trabalho. Neste caso, com o objetivo de estabelecer um padrão mínimo de qualidade desejado pelo cliente, alguns cuidados deveriam ser considerados.

Em alguns casos de comunidades produtivas localizadas em regiões de mais difícil acesso, a preocupação com embalagens praticamente inexistente. Quando ocorrem vendas maiores, e conhecendo as condições locais, este aspecto pode ser antecipado pelo comprador. Mas o artesão não pode deixar de considerar que muitas vezes a venda se realiza diretamente com o consumidor final e que geralmente é um turista, ou seja, está de passagem, e precisa ter uma proteção básica para garantir a integridade da peça até chegar ao seu destino.

---

62 PROJETO ART'ESTRUTURADA. *Diagnósticos e processo de revitalização do produto artesanal*. Belo Horizonte: Programa SEBRAE de Artesanato, SEBRAE-Minas, Centro CAPE, Central Mãos de Minas. 1998.



Figura 4 - Produção de peças de cerâmica no município de Rio Pardo de Minas, zona rural, Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais.

Fonte: arquivo pessoal. Abr. 2001.

Outro ponto importante com a intensificação da produção artesanal é o acondicionamento dos produtos acabados. O artesão pode estar trabalhando para atender a uma demanda específica, mas há a situação em que ele produz para atender a uma oportunidade de demanda. Voltando ao exemplo das peças de cerâmica no Vale do Jequitinhonha, onde a produção concentra-se na área rural, é costume passar não mais só os intermediários, mas os próprios lojistas, com veículos com maior capacidade de carga. Dessa forma, adquirem mais peças de uma vez, visto que as condições de acesso

às comunidades rurais são precárias. Aquelas artesãs que tem mais peças deixam-nas acumuladas sobre uma lona ou pequenas coberturas de madeira improvisadas, ou dentro de casa, situações que ocasionam muitas quebras.

Ainda em relação ao escoamento da produção, outra situação que aparece como nova para o artesão é a dificuldade de estabelecer uma logística de transporte para seus produtos. As feiras estaduais, nacionais e internacionais realizadas para a promoção do artesanato têm sido as oportunidades de concentrar a diversidade da produção brasileira e gerar novas oportunidades de negócios. A partir destes eventos, já é comum o contato e a transação comercial serem realizados através das tecnologias de comunicação cada vez mais amplas e disponíveis, facilitando, dessa forma, o acesso a locais mais distantes.

Os aspectos produtivos artesanais, um trabalho predominantemente manual, e o uso de máquinas e ferramentas eram, e ainda são, de forma simples e rudimentar. Muitas vezes o artesão criava e construía seus instrumentos, outro aspecto característico deste segmento. A aquisição de recursos melhores era de mais difícil acesso e a infraestrutura das comunidades era precária, como por exemplo, sistemas de eletrificação, água e transportes, situação essa que mudou consideravelmente para melhor, o que vem permitindo ao artesão repensar e melhorar as suas condições de trabalho. Novas ferramentas e máquinas simples, porém com mais recursos e funções, são colocadas no mercado, ou seja, a evolução técnica e produtiva torna-se inevitável. Além de máquinas e ferramentas novas, a prática da comercialização de máquinas e ferramentas usadas também foi intensificada. Dessa forma, neste processo, o cuidado deveria estar em mostrar para o artesão que alguns destes novos recursos podem comprometer o acabamento final e a originalidade técnica das peças.



Figura 5 - Exemplos de instrumentos confeccionados pelos próprios artesãos: gabaritos feitos de madeira e pregos, usados como ferramentas de medição e de desbaste, no torno, instrumentos adaptados para realizar acabamentos nas peças de barro – pedaços de cabaça, de couro, tampa de canetas, instrumentos cortantes, tampas de plástico, moldes para móveis e objetos, fôrmas de madeira para a confecção de chapéus.

Fonte: arquivo pessoal

### 3.3.1 - Produção cooperada

Segundo consta no Dicionário Aurélio<sup>63</sup>, cooperar significa *trabalhar em comum; colaborar*. Considerando o trabalho como uma atividade grupal, cooperar significa trabalhar de forma participativa. Segundo o manual do Projeto Art'Estruturada<sup>64</sup>, os artesãos organizados em um sistema de cooperação, melhoram suas condições de produção e de comercialização, e possuem mais força junto à sua comunidade. Enquanto sistema de produção, o cooperativismo é uma forma de organização que também necessita de estabelecer os principais papéis dos cooperados e suas tarefas para garantir o andamento adequado das atividades do grupo, ou seja, determinar, quando necessário, quem é responsável em adquirir a matéria-prima, em monitorar a qualidade da produção, em articular os mecanismos de escoamento dos produtos, em coordenar o fluxo produtivo. Conforme Motta<sup>65</sup>, compreender estes papéis, além dos conceitos de norma e valores, é um dos pontos importantes da perspectiva sistêmica de uma organização, devendo também estar de acordo com as demandas do ambiente e atento aos hábitos de trabalho. Não é fácil estabelecer um sistema de cooperação quando se trata da produção artesanal e, principalmente, quando se trata de ofícios tradicionais que são aqueles que vêm sendo repassados por gerações. O artesanato tradicional ainda se caracteriza pelas necessidades do próprio artesão, pela demanda local e, conseqüentemente, por um sistema de produção pequeno e pulverizado.

A sedimentação do comportamento individualista devido ao formato tradicional de produção artesanal tem sido, talvez, a maior dificuldade no processo de implantação de uma cultura cooperativista. O entendimento das comunidades quanto às suas vantagens, como por exemplo, melhor desempenho na produção, redução de custos na aquisição e no beneficiamento da matéria-prima, no transporte e na distribuição dos produtos, aumento da rentabilidade e melhora da imagem junto ao público, ainda é restrito em função, provavelmente, do fato de não terem tido a orientação e o monitoramento durante um percurso de planejamento de produto e a implantação desse plano, principalmente nas etapas do sistema produtivo compreendidas entre a materialização do objeto até a sua chegada às mãos do cliente final. Isto foi verificado nos trabalhos de campo e no estudo de caso apresentado neste trabalho de pesquisa. Era notória a dificuldade de entendimento dessa logística por uma parte representativa de artesãos. Vários novos produtos foram desenvolvidos durante os projetos. No entanto, a venda continuava no mesmo baixo patamar. Novos produtos são necessários, no entanto, novas atitudes em relação ao mercado também são necessárias.

Planejar o produto e a produção para a qualidade, segundo Juran<sup>66</sup>, é, a partir das metas estabelecidas, identificar os clientes, determinar suas necessidades, desenvolver e aprimorar as características do produto a fim de atender a esses clientes, e desenvolver e aprimorar o processo para se alcançar essas características.

---

63 FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. CD ROM. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Lexikon Informática Ltda. 1999.

64 PROJETO ART'ESTRUTURADA. *Diagnósticos e processo de revitalização do produto artesanal*. Belo Horizonte: Programa SEBRAE de Artesanato, SEBRAE-Minas, Centro CAPE, Central Mãos de Minas. 1998.

65 MOTTA, Fernando C. P. *Teoria Geral da Administração*. São Paulo: Pioneira. 1998.

66 JURAN, J. M. *A Qualidade desde o Projeto*. São Paulo: Pioneira. 1992.

Um exemplo desta preocupação foi a iniciativa de profissionais que atuaram em atividades de desenvolvimento de produtos artesanais durante o Projeto Art'Estruturada<sup>67</sup>, com associações de artesãos em vários municípios. O esquema a seguir possui uma similaridade com alguns esquemas que ilustram o planejamento para a qualidade na empresa. No exemplo mostrado na figura 6, o enfoque está no estabelecimento da produção de ações que promovam o crescimento das vendas no artesanato.

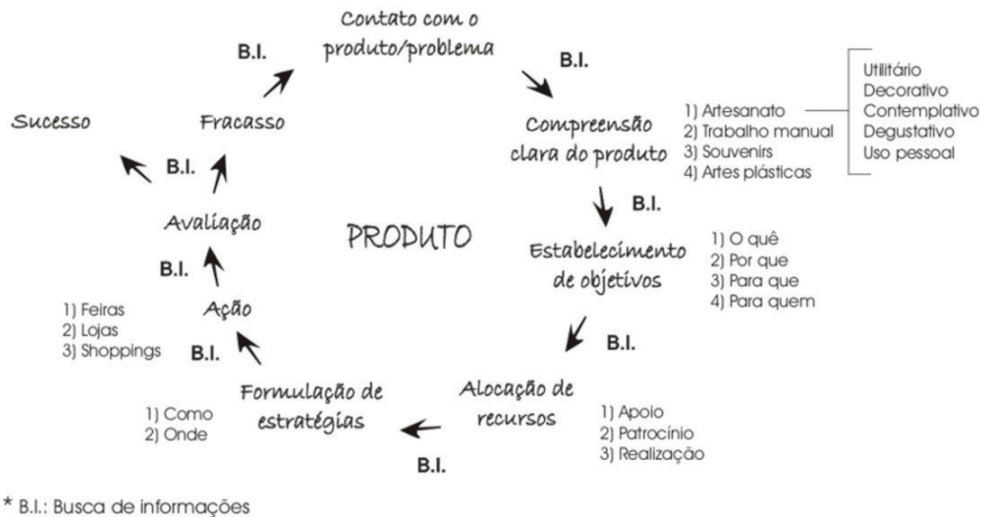


Figura 6 - Ciclo de Resolução de Problemas. Esquema apresentado nos relatórios dos trabalhos de campo elaborado por Maria das Dores Cortes da Silva e Ana Célia Teixeira.

Fonte: PROJETO ART'ESTRUTURADA, 1998, 4ª. parte.

Esclarecidas algumas das razões que levam um grupo de pessoas a cooperar, a partir do momento que um grupo informal de artesãos decide estabelecer um sistema cooperado de produção, é necessária a tomada de providências para formalizar este grupo. Além do estabelecimento de um estatuto que se refere às leis orgânicas que governam este tipo de organização, é necessário o planejamento estratégico para o empreendimento, com metas precisas, e o planejamento operacional, tratando de garantir um bom andamento do trabalho, da mensuração dos recursos, da adequação do mercado aos métodos de produção. É principalmente no planejamento operacional que se encontra a resistência do artesão, pois a informalidade é certamente uma situação cômoda no que diz respeito a não ter que trabalhar em função de normas, a não ser as estabelecidas por ele. Porém, em uma produção cooperada, as normas são fundamentais para garantir a otimização da produção<sup>68</sup>. Motta<sup>69</sup> diz que seria ingenuidade, nos dias atuais, acreditar que microestruturas produtivas não precisem mudar.

67 PROJETO ART'ESTRUTURADA. *Diagnósticos e processo de revitalização do produto artesanal*. Belo Horizonte: Programa SEBRAE de Artesanato, SEBRAE-Minas, Centro CAPE, Central Mãos de Minas. 1998.

68 HILLEBRAND, Bas e BIEMANS, Wim G. *The relationship between internal and external cooperation: literature review and propositions*. *Journal of Business Research*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 56. p.735-743. 2003.

MOTTA, Fernando C. P. *Teoria Geral da Administração*. São Paulo: Pioneira. 1998.

69 MOTTA, Op. cit.

Segundo Souza<sup>70</sup>:

*As funções de produção e a função comercial de uma cooperativa assemelham-se ao de uma empresa com fins lucrativos, por isso ela deve ter conhecimento de seus públicos e mercados e das relações de trocas.*

Qualidade significa *adequação ao uso*<sup>71</sup>, mesmo que seu uso seja transcendente à parte prática. Se o produto atende às necessidades do usuário, ou seja, do cliente, ele é um produto de qualidade. Então, se considerarmos uma cooperativa de artesãos como uma estrutura semelhante ao de uma empresa, alguns processos gerenciais são fundamentais para se alcançar essas metas de qualidade. Juran destaca os passos universais do *mapa rodoviário de planejamento de qualidade* formado pelas seguintes atividades:

- *identificar metas de qualidade;*
- *identificar os clientes;*
- *determinar necessidades dos clientes;*
- *desenvolver características no produto;*
- *desenvolver características do processo;*
- *estabelecer controles do processo e transferir para operações.*

Estas atividades também podem ser aplicadas em uma cooperativa de artesãos desde que sejam considerados os parâmetros que caracterizam a sua produção como o “feito à mão”, a expressividade ou a diversidade técnica e de matérias-primas, dentre outros. A *Análise de Pareto*<sup>72</sup>, para estas especificidades da produção artesanal, é um fenômeno que também ocorre nas cooperativas, quando um produto de maior trabalhabilidade e representatividade cultural, de longo período de produção, e, portanto, de maior valor de mercado, equivale a uma série de outros de menor destaque.

*Em qualquer população que contribui para um efeito comum, um número relativamente pequeno de contribuintes responde pela maior parte do efeito. Este fenômeno é amplamente conhecido como Análise de Pareto.*

Neste conjunto de aspectos, observa-se que o que se espera com uma produção cooperada é a criação de uma nova classe gerencial composta de pessoas capazes de combinar criatividade, competência técnica e organizativa e espírito empreendedor.

### 3.4 - EDUCAÇÃO E TREINAMENTOS

Uma das principais formas de garantir condições de competitividade em qualquer área de atuação é certamente através do conhecimento. O conceito de conhecimento é o de uma combinação de experiências, valores, informações e *insights* de uma pessoa, que leva à

70 SOUZA, Tereza de. *Uma estratégia de Marketing para o Artesanato do Rio Grande do Norte*. Tese (Doutorado em Administração). Fundação Getúlio Vargas. São Paulo. 1991.

71 JURAN, J. M. *A Qualidade desde o Projeto*. São Paulo: Pioneira. 1992.

72 JURAN, Op. cit.

incorporação e avaliação de novas experiências e outras informações. Nonaka e Takeuchi<sup>73</sup> afirmam que o poder do conhecimento provém de valores e crenças, tanto quanto da informação e da lógica, classificando-o de duas formas: conhecimento tácito e conhecimento explícito. O conhecimento tácito, que é mais subjetivo e está diretamente relacionado ao indivíduo, valoriza a experiência pessoal. É algo difícil de ser formalizado e comunicado aos outros. É o *know-how*, conforme trata Fleury<sup>74</sup>. Já o conhecimento explícito caracteriza-se pelo processamento e pelo armazenamento de informações, de maneira formal e de fácil comunicação. Qualquer pessoa possui conhecimento tácito e explícito. Eles são complementares, estão relacionados, não se separam e não há maneira de medi-los em um indivíduo. A competência de uma pessoa é formada pelos seus conhecimentos, habilidades e atitudes. Todos carregam consigo competências próprias, fruto de seu desenvolvimento pessoal, acadêmico e profissional<sup>75</sup>.

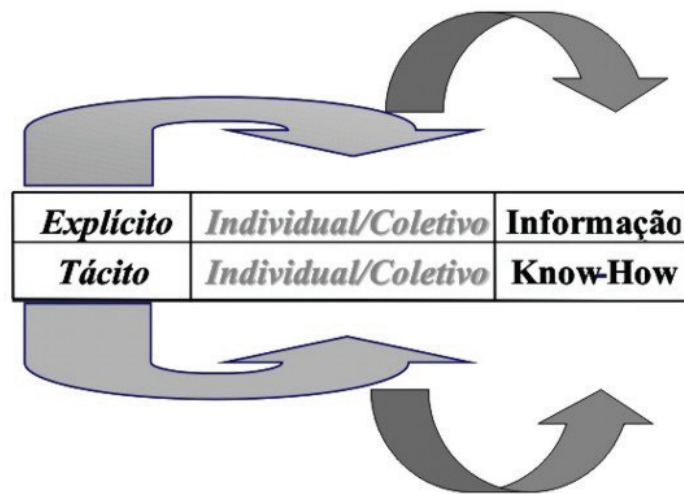


Figura 7: Tipos de Conhecimento Organizacional

Fonte: FLEURY, 2005.

Segundo estes autores, para o desenvolvimento organizacional é necessário entender o processo pelo qual vai se trabalhando o conhecimento, transformando-o de tácito para explícito, em um movimento recíproco e crescente. Este processo de transformação é representado pelas fases de *socialização – do tácito para tácito, externalização – do tácito para explícito, combinação – do explícito para explícito, e internalização – do explícito para tácito*<sup>76</sup>. É possível perceber a similaridade destas fases de desenvolvimento

73 NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus. 3ª. ed. 1997.

74 FLEURY, Maria Tereza Leme. *Equipes que aprendem, organizações que aprendem*. Programa Educar na Sociedade da Informação – Cidade do Conhecimento - USP. Disponível em <http://www.cidade.usp.br>. Acesso em: jul. 2005.

75 FREITAS, Rubens C. *Mapeamento das competências*. Palestra proferida nas unidades do SENAC/NE. Rio de Janeiro: Treinacom Competências Ltda. 2005.

76 FLEURY, Maria Tereza Leme. *Equipes que aprendem, organizações que aprendem*. Programa Educar na Sociedade da Informação – Cidade do Conhecimento - USP. Disponível em <http://www.cidade.usp.br>. Acesso em: jul. 2005.



do conhecimento nas antigas corporações de ofício. Segundo Rugiu<sup>77</sup>, a eficácia formativa no conjunto do tirocínio dos aprendizes, ou seja, no processo de aprendizado pela prática, consistia na participação nos diversos momentos da vida produtiva:

- *atividade de trabalho sob constante orientação do mestre de quem lhe fizesse as vezes;*
- *vida extra trabalho ligada ao âmbito familiar do mestre ou a outras tramas de relações a ele inerente;*
- *instrução geral básica para a aquisição de uma cultura pré-profissional adequada à atividade específica de cada um.*

A transferência do conhecimento na relação mestre-aprendiz é um processo contínuo e integrado. O artesanato, principalmente aquele feito de forma genuína, é uma atividade de desenvolvimento de produto onde o conhecimento tácito prevalece como a fonte de suas características diferenciais. É uma atividade de produção e transformação de objetos, realizada através de um processo no qual a intervenção pessoal é o fator predominante.



Figura 8 - Encontro de três gerações - oficina de design promovida pelo Projeto Artesão Minas, em 1977, no município de Resende Costa, MG.

Fonte: arquivo pessoal. 1997.

De acordo com Yair:

*“A prática e o aprendizado do artesanato é baseada em um diálogo entre criatividade, materiais e habilidades, o artesão desenvolvendo idéias ao combinar a visão conceitual com a manipulação do objeto. O aprendizado do artesanato provoca nos alunos (aprendizes) um conhecimento tácito de como o material es-*

77 RUGIU, Antônio Santoni. *Nostalgia do Mestre artesão*. Campinas: Autores Associados. 1998.

*colhido é formado e reage aos processos, bem como seu potencial como veículo de expressão.”*<sup>78</sup>

A maneira como Rugiu<sup>79</sup> reflete sobre as peculiaridades do fazer artesanal reforça os procedimentos individualizados adotados pelo artesão nas atividades de desenvolvimento de produto: *tem fundamento pensar que grande parte do aprendizado dos discipuli se desenvolvesse sobretudo pelas partes mais delicadas e decisivas, graças às capacidades individuais de adivinhar, induzir, deduzir e concatenar por iniciativa própria.*

É importante lembrar que geralmente o artesão trabalhava mais em função de uma tradição, da necessidade de sobrevivência, ou de uma necessidade de expressão sua ou da comunidade em que vive. Nem sempre prevalecia a preocupação em atender ao mercado consumidor, em inovar e em ter sucesso de vendas. *Totalmente tomado pela beleza das formas do seu trabalho, o artesão não pensa que está fazendo uma coisa qualquer que deverá ser vendida*<sup>80</sup>. O objeto artesanal é, por um lado, utilitário, e por outro, expressivo de alguma forma (figura 9). Seja como for, ou o que prevalecer, o fruto da criatividade do artesão gera uma relação de transcendência com o usuário.

---

78 *Crafts education and practice is centred on a dialogue between creativity, materials and skill, the maker developing ideas by combining conceptual vision with manipulation of the object. A crafts education instills in its students a unique tacit knowledge of how the chosen material is formed and reacts to processes, as well as its potential as a vehicle for expression.* YAIR, Karen et al. *Design through making: crafts knowledge as facilitator to collaborative new product development.* Design Studies. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 20. p.495-515. 1999.

79 RUGIU, Antônio Santoni. *Nostalgia do Mestre artesão.* Campinas: Autores Associados. 1998.

80 RUGIU, Op. cit.



Figura 9. Residência de artesã que confecciona bonecas de palha, na zona rural do município de Lagoa Dourada, MG. No centro, boneco confeccionado com palha de pilho, juta e retalhos de tecidos, adotado como “membro” da família.

Fonte: arquivo pessoal. 1997.

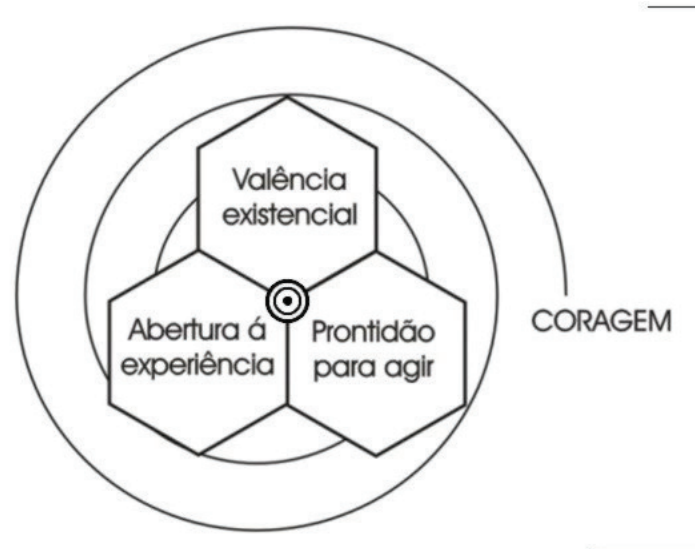
Segundo Carvalho<sup>81</sup>, a realização do potencial criativo humano está na sua capacidade de tomar atitudes e na sua capacidade operativa. O autor coloca que são três as atitudes mobilizadoras que promovem o crescimento: valência existencial, abertura à experiência e prontidão para agir, conceituadas por ele da seguinte forma:

- valência existencial: uma consciência de compromisso que impele o sujeito pensante a engajar-se, participar, indagar, interessar-se ou, em alguma medida, desconformar-se com o real. É assumir que o papel do homem é intervir no mundo;
- abertura à experiência: é uma visão não-estruturada dos dados existentes só alcançável mediante a suspensão dos julgamentos habituais e das interpretações adquiridas;
- prontidão para agir: requisito que se situa entre a saúde bio-psíquica e o caráter moral, a prontidão é a atitude que coloca o agente criativo no palco da existência.

81 CARVALHO, José Leão. *Pensamento Atitudinal e Metodologia do Processo Criativo. Apostila do Curso Básico do Instituto Latino Americano de Criatividade e Estratégia.* São Paulo: ILACE. 1988.

Não lhe adiantaria muito dispor de todas as demais qualidades se lhe faltasse a prontidão para agir.

Estas três atitudes tornam-se de fato impulsionadoras quando inseridas na dimensão da coragem, ou seja, quando o sujeito coloca-se a caminho de seu objetivo (figura 10).



**Figura 10 - Diagrama de representação – Atitudes Mobilizadoras. Exercício realizado durante a disciplina Realização do Potencial Humano do curso de Mestrado em Engenharia de Produção. Belo Horizonte: UFMG. 2º. semestre de 2004.**

Não é difícil, para o artesão, entender que as atitudes mobilizadoras em uma conduta empreendedora estão na necessidade de desenvolver suas próprias competências<sup>82</sup> e de realizá-las através da prática e do aprendizado ininterrupto.

Nenhum modo de aprender é melhor do que o outro. O importante é conseguir identificar aquele que ajuda a alcançar os seus objetivos. Os procedimentos técnicos e metodológicos adotados nos programas de capacitação do artesão foram adotados para guiá-los no atual processo de incremento do segmento produtivo de base artesanal.

Para os artesãos que optam pelo trabalho cooperado é uma condição básica realizar as atividades de nivelamento técnico para, no mínimo, trabalhar em um padrão de qualidade comum a todos. Todos sabem o seu ofício, mas cada um sabe de uma forma. Se desejam trabalhar em conjunto, tem que ser treinados em conjunto, para que todos tenham o conhecimento para produzir de forma mais homogênea. Todos devem entender qual o produto de qualidade que querem produzir.

Os novos atores voltados para o desenvolvimento de produto que começam a se aproximar do universo produtivo artesanal contribuem para estimular o processo criativo do artesão levando até ele novas considerações. Da mesma forma, estes atores reconhecem a necessidade de buscar informações do repertório cultural do artesão para, então, ser esta-

<sup>82</sup> FREITAS, Rubens C. *Mapeamento das competências*. Palestra proferida nas unidades do SENAC/NE. Rio de Janeiro: Treinacom Competências Ltda. 2005.

belecida uma relação de parceria. Conforme coloca Yair<sup>83</sup>, este esforço de ambas as partes reforça a carência de uma fase preparatória concisa que, mesmo assim, depende de aspectos subjetivos, como por exemplo, a empatia e a aptidão. Este tem sido um modo de cooperação que tem trazido resultados surpreendentes, através do desenvolvimento de produtos simples, sofisticados, e inovadores no sentido de aliar as técnicas tradicionais de produção a novas tipologias de uso, além do precioso resgate das origens dos ofícios.

Os procedimentos adotados em programas de desenvolvimento de produtos poderiam ser mais flexíveis. As metas deveriam ser avaliadas de acordo com as principais características do grupo de produtores em foco. As atividades operativas, como aprender a calcular de forma correta seus preços de custo e de venda, perceber se existe algum problema ou prejuízo na cadeia produtiva do produto, ampliar sua rede de relacionamentos, tem merecido mais atenção e mais atitude por parte do artesão, habituado a contar sempre com o apoio de um profissional de design de produto. *“Eles (os artesãos) esperam que o designer tenha todas as respostas.”*<sup>84</sup>. Os artesãos estão sendo preparados para serem vistos como multiplicadores das informações e dos conhecimentos adquiridos. A estratégia é formar o homem para formar o sistema. Nem sempre é tão importante se preocupar com a criação de uma marca, se o produto e o processo técnico-produtivo não estão afinados. *A marca é apenas um pequeno elemento no gerenciamento de uma identidade e imagem*<sup>85</sup>. Já vimos até aqui que os aspectos que elevam a imagem do artesanato e estabelecem a sua identidade encontram-se nos valores sociais e no repertório cultural do artesão.

### 3.5 - VALOR

*Os valores são a chave para a evolução de uma sociedade sustentável não apenas porque influenciam o comportamento, mas também porque determinam as prioridades desta sociedade, habilitando-a, assim, a sobreviver. Ao longo do tempo, os valores mudam de acordo com as circunstâncias. Se assim não fosse, a sociedade não perduraria*<sup>86</sup>.

A metodologia da Análise de Valor para as atividades de desenvolvimento de produto tem a sua origem no período da II Guerra Mundial, para promover a economia no uso de materiais nobres que passaram a ser destinados unicamente para a indústria bélica. A indústria sentiu a necessidade de encontrar materiais alternativos que mantivessem a mesma capacidade de produção e preço do produto. Esta metodologia foi desenvolvida na General Electric., por Laurence D. Miles, com o objetivo de obter redução de custos e melhorias de qualidade e desempenho

83 YAIR, Karen et al. Design through making: crafts knowledge as facilitator to collaborative new product development. *Design Studies*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 20. p.495-515. 1999.

YAIR, Karen et al. Crafting competitive advantage: crafts knowledge as a strategic resource. *Design Studies*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 22. p.377-394. 2001.

84 *“They expect a designer to have all of the answers”* (YAIR et al., 1999).

85 SCHMITT, Bernd e SIMONSON, Alex. *A Estética do Marketing*. São Paulo: Ed. Nobel. 2002.

86 BROWN, Lester. *Revista da Aldeia Humana*. Florianópolis: SENAI/LBDI. 1995.

dos produtos, e é considerada de grande importância para as empresas que queiram criar novas oportunidades de negócios e dar continuidade aos seus empreendimentos<sup>87</sup>.

A diferença entre Análise de Valor e Engenharia de Valor é basicamente o momento em que se está aplicando. *A análise de valor é um conjunto sistematizado de esforços e métodos destinados a reduzir o custo total de um produto, processo ou serviço, mantendo ou melhorando sua qualidade. A engenharia de valor refere-se a produtos, processos e serviços novos ainda na fase de projeto*<sup>88</sup>. A Análise de Valor atua durante o início do processo de produção até a venda e apuração do resultado. O plano de trabalho da Análise de Valor é orientado por uma sequência metodológica que consiste na coleta e análise de informações, abordagem funcional, geração de ideias, seleção de ideias e implementações, sequência semelhante àquelas encontradas nas metodologias de design de produto<sup>89</sup> e do processo criativo<sup>90</sup>.

Os valores são circunstanciais, isto é, dependem da situação ou do estado do consumidor, de acordo com o momento. *Um produto deve realizar as necessidades ou desejos do consumidor a fim de ter valor*<sup>91</sup>. *A aceitação do consumidor é a medida direta do valor*<sup>92</sup>. A aquisição e conservação de bens materiais são escolhas do consumidor baseada no valor, um termo adotado nas atividades de desenvolvimento de produto sob várias perspectivas. Csillag<sup>93</sup> apresenta os seguintes conceitos sob o ponto de vista econômico:

- *Valor de custo, como sendo o total de recursos medido em dinheiro, necessário para produzir/obter um objeto;*
- *Valor de uso, como a medida monetária das propriedades ou qualidades que possibilitam o desempenho de uso, trabalho ou serviço;*
- *Valor de estima, com a medida monetária das propriedades, características ou atratividades que tornam desejável sua posse;*
- *Valor de troca, como a medida monetária das propriedades ou qualidades de um item que possibilitam sua troca por outra coisa.*

Valor é um atributo agregado. Segundo a definição no Dicionário Aurélio<sup>94</sup>, valor agregado significa *valor adicionado*. No dicionário Michaellis<sup>95</sup> significa *algo com benefício extra para o usuário*. O valor de um produto, seja qual for a atividade desempenhada por ele, é baseado em duas funções elementares – a função de uso e a função de estima. Uma função é definida como toda e qualquer atividade que um produto desempenha<sup>96</sup>. A função de uso está

87 CSILLAG, João Mário. *Análise do Valor – Metodologia do Valor*. São Paulo: Editora Atlas. 1991.

88 IETEC. Instituto de Educação Tecnológica. Disponível em [www.ietec.com.br](http://www.ietec.com.br). Acesso em: jan. 2006.

89 BAXTER, Mike. *Projeto de Produto*. 1. ed. São Paulo: Ed. Edgar Blucher. 1995.

90 CARVALHO, José Leão. *Pensamento Atitudinal e Metodologia do Processo Criativo. Apostila do Curso Básico do Instituto Latino Americano de Criatividade e Estratégia*. São Paulo: ILACE. 1988.

91 *A product must fulfill a user's need or want in order to have value*.

FOWLER, Theodore C. *Value Analysis in Design*. New York: Van Nostrand Reinhold. 1990.

92 *This user acceptance is a direct measure of worth*. (FOWLER, Op. cit.).

93 CSILLAG, João Mário. *Análise do Valor – Metodologia do Valor*. São Paulo: Editora Atlas. 1991.

94 FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. CD ROM. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Lexikon Informática Ltda. 1999.

95 CD UOL. 1998.

96 CSILLAG, João Mário. *Análise do Valor – Metodologia do Valor*. São Paulo: Editora Atlas. 1991.

diretamente relacionada com o valor de uso do produto e envolve atividades que exprimem o desempenho técnico de utilização. A função de estima está diretamente relacionada com o valor de prestígio do produto, envolvendo atividades que auxiliam as vendas do produto, dotando-o de beleza, status, moda, etc, ou seja, tornando desejável a sua posse.

O valor de uso é a capacidade de um bem de satisfazer necessidades humanas<sup>97</sup>, está relacionado à funcionalidade prática. Segundo Marx<sup>98</sup>, a utilidade de uma coisa faz dela valor de uso, e este só se realiza com a utilização ou o consumo. O valor de estima é dotado de qualidades mais subjetivas, condicionadas à hermenêutica, a disciplina da interpretação, ou seja, à semântica.

De acordo com Krippendorff<sup>99</sup>:

*A forma de um artefato, suas superfícies reflexivas, pode ser o que uma câmera responde, mas para nós seres humanos, isto é sempre interpretado como tendo um nome, tendo uma história de uso reconhecida, como sendo composto de outras coisas ou sendo capaz de amparar um modo de viver. Se o significado de um objeto não está claro para nós, nós podemos nos sentir convidados a explorar ou brincar com ele até que tenhamos adquirido uma compreensão prática sobre ele. Desta forma, o significado de algo não reside na sua superfície. Ele emerge no uso, com a prática, a prática de viver o ambiente e contextos específicos, toda vez que nós cognitivamente conectamos nossas ações e percepções em uma perspectiva circular. Os significados então construídos apóiam nosso modo de viver, penetrando a superfície tão fundo quanto nosso conhecimento pode chegar e envolvendo nossa capacidade cognitiva quanto mais interagimos com ele (significado).<sup>100</sup>*

O valor de estima muitas vezes está acima do valor de uso. Em situações corriqueiras este fato se destaca, como por exemplo, conforme coloca Martins<sup>101</sup>: *é mais gostoso o beiju*

97 FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. CD ROM. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Lexikon Informática Ltda. 1999.

98 MARX, Carl. *O Capital: crítica da economia política*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S. A. 1980.

99 KRIPPENDORFF, Klaus. *Product Semantics; A Triangulation and Four Design Theories*. In: Product Semantics '89 Conference - ANAIS. Helsinki: Publications of the University of Industrial Arts UIAH A4. p a3-a23. 1990.

100 *The form of an artifact, its reflecting surfaces, may be what a camera responds to, but for us as human users, it always already is interpreted by having a name, by having a recognizable history of use, by being composed of other things or by being able to support a practice of living. If the meaning of an object is not clear to us, we may feel invited to explore or play with it until it is, until we have acquired a practical understanding. Thus, the meaning of something does not lie on its surface. It emerges in use, with practice, the practice of living with our environment and in particular contexts, whenever we cognitively connect our actions and perceptions in an experiential circle use. The meanings thus constructed support our practice of living by penetrating a surface as deep as our understanding goes and by involving as much of our cognition as participates in interaction with it.*

KRIPPENDORFF, Klaus. *Product Semantics; A Triangulation and Four Design Theories*. In: Product Semantics '89 Conference - ANAIS. Helsinki: Publications of the University of Industrial Arts UIAH A4. p a3-a23. 1990.

101 MARTINS, Saul. *Contribuição ao estudo científico do artesanato*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais. 1973.

cuja massa é *sessada*<sup>102</sup> na peneira fina de taquara; o peixe tratado na gamela rasa de imburana; a feijoada servida em vasilha de barro; o arroz afogado em frigideira de pedra. É mais gostoso tomar um cafezinho numa caneca de esmalte (figura 11). A sensação bucólica satisfaz o consumidor, mesmo quando existe uma inadequação funcional. A caneca de esmalte foi desenvolvida para acompanhar o bule, recipiente para acondicionar o café e que geralmente ficava à beira do fogão de lenha, preservando uma temperatura morna para a bebida, o que era conveniente para os materiais utilizados na fabricação destes utensílios. Atualmente o café é acondicionado em garrafas térmicas, que mantém a bebida mais quente por mais tempo, fazendo com que muitas pessoas queimem os lábios ao utilizar esta canequinha.



Figura 11. Caneca esmaltada e copinho descartável de plástico.

Fonte: arquivo pessoal. 2006.

Manzini e Vezzoli<sup>103</sup> lembram o significado (ou melhor, os significados) de *vida útil* de um produto: *a vida útil dá a medida do tempo – de um produto e seus materiais, em condições normais de uso* (com isto se entende: bem mantido, e não, posto em condições de *stress* além dos limites aceitáveis). *Quando a vida útil de um produto chega ao fim, é a fase de eliminação*. Ainda segundo estes autores, as principais razões que levam à eliminação dos produtos são: a degradação de suas propriedades ou a fadiga estrutural, causada pelo uso intensivo, a degradação, devido a causas naturais ou químicas, e os danos causados por incidentes ou uso impróprio. Mas também por: obsolescência tecnológica, e obsolescência cultural e estética. Os objetos de moda são os mais sujeitos a tal tipo de envelhecimento.

102 Sessada: peneirada (FERREIRA, 1999)

103 MANZINI, Ezio e VEZZOLI, Carlo. *O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo. 2002.



Segundo Caldas<sup>104</sup>:

*Moda, em estatística, é o elemento mais freqüente de uma amostra. Usada no plural, denota fenômenos em qualquer esfera da sociedade e da cultura. É um fenômeno social ou cultural, de caráter mais ou menos coercitivo, que consiste na mudança periódica de estilo, e cuja vitalidade provém da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social.*

O valor de um produto artesanal, atualmente, parece que tem sido caracterizado mais pela estima do que pelo uso. Poderíamos dizer que é um produto de caráter estesiogênico, isto é, que provoca sensações e sentimentos<sup>105</sup>. O produto artesanal é dotado da expressão pessoal do artesão, fruto da sua criatividade e habilidade técnica<sup>106</sup>, e também fruto da relação com a sua sociedade de procedência. Neste sentido, Caldas<sup>107</sup> define:

*Um valor cultural, diferentemente do gosto pessoal, é uma idéia compartilhada socialmente que permite criar categorias entre as coisas, em termos de desejos e méritos. Influenciam diretamente o modo como as pessoas escolhem. O quadro de valores é mutante: alguns evoluem rapidamente, outros permanecem inalterados por longos períodos de tempo.*

### 3.6 - IDENTIDADE E CULTURA

*Na variedade de quadros naturais que o Nordeste brasileiro apresenta, agitam-se num mundo vivo, indivíduos, que em associação com o meio encontram inúmeras formas de atividade, algumas originais, outras ainda remanescentes de antigas práticas que o tempo, mesmo o progresso, ainda não conseguiram extinguir. Parece que alguns usos e costumes se acham tão arraigados e são tão originais como forma de relações entre o homem e o meio, que dificilmente serão modificados<sup>108</sup>.*

O Brasil é uma região geográfica complexa, dentro da qual se distinguem paisagens culturais diversas. Falar de identidade é falar de um conjunto de características próprias. No artesanato estas características concentram-se principalmente no artesão e na comunidade ou grupo em que está inserido, na matéria-prima, no modo de fazer e no uso do objeto.

104 CALDAS, Dário. Observatório de Sinais – teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio. 2004.

105 FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. CD ROM. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Lexikon Informática Ltda. 1999.

106 DORMER, Peter. *Os significados do design moderno – A caminho do século XXI*. Portugal: Centro Português de Design. 1995.

107 CALDAS, Dário. Observatório de Sinais – teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio. 2004.

108 FUNDAÇÃO IBGE. *Tipos e aspectos do Brasil*. Excertos da Revista Brasileira de Geografia. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia. 1970.

O termo cultura<sup>109</sup> refere-se ao desenvolvimento de um grupo, um povo, uma nação, quanto aos aspectos de uma vida coletiva, relacionados à produção e transmissão de conhecimentos, à criação intelectual e artística, etc. Um estado de progresso<sup>110</sup>, de movimento.

De acordo com o Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico - IEPHA<sup>111</sup>, um bem cultural é o produto do processo de formação cultural, portador de valores que podem ser legados à sociedade no futuro. Pode apresentar-se como um bem imaterial, que compreende toda a produção cultural de um povo, desde sua expressão musical, até sua memória oral. E pode apresentar-se como um bem material – pinturas, esculturas, mobiliário, objetos utilitários, todos denominados como bens móveis. Os bens imóveis compreendem núcleos históricos e os conjuntos urbanos e paisagísticos. Patrimônio cultural é a soma dos bens culturais de um povo, e confere a este identidade, orientação no exercício da cidadania e, se preservado, promove o senso de continuidade. A UNESCO<sup>112</sup> define como patrimônio cultural imaterial as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas associadas a comunidades, grupos e, em alguns casos, a indivíduos. É transmitido de geração em geração e constantemente recriado. Sob tal perspectiva, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN<sup>113</sup> entende artesanato como um ofício no tocante ao processo de produção, mas também pode entendê-lo como uma forma de expressão quando diz respeito ao caráter eminentemente artístico do produto.

Tendo em conta o tema desse trabalho de pesquisa, nas ações de desenvolvimento do artesanato, e também de muitos outros tipos de produtos de base artesanal, é ressaltada frequentemente a importância de se considerar os valores que compõem os seus diferenciais, conforme já foi mencionado várias vezes. O nosso foco está no desenvolvimento de objetos – um bem material, na concepção do IEPHA, e um bem imaterial, na concepção do IPHAN. Portanto, neste estudo, o artesanato é um bem material enquanto objeto, e um bem imaterial enquanto ofício.

O produto artesanal normalmente possui alto valor agregado, em especial o valor de estima. Esta estima realiza-se em função dos valores que constituem o contexto produtivo do artesanato - uma manifestação cultural, religiosa ou popular, uma matéria-prima típica de determinada região, a consciência ambiental, o uso da matéria-prima, a habilidade técnica do artesão, a tradição, uma função inerente ao contexto procedente, um saber-fazer singular e impalpável.

---

109 Cultura: *um complexo de comportamentos, crenças, artes, moral, leis, costumes e quaisquer outras aptidões e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade* (BARSA, 1970; IEPHA, 2005).

110 FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. CD ROM. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Lexikon Informática Ltda. 1999.

111 IEPHA. Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais. Disponível em: [www.iepha.gov.br](http://www.iepha.gov.br). Acesso em: nov. 2005.

112 UNESCO. Handcrafts and Design; Handicrafts; Seal of Excellence Programme. Disponível em: <http://portal.unesco.org>. Acesso em: 08 out. 2005.

113 IPHAN. *Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*. Disponível em: [www.iphan.gov.br](http://www.iphan.gov.br). Acesso em: nov. 2005.



Figura 12 - Manifestação popular de religiosidade: dizeres na porta de entrada da casa de uma artesã na zona rural do município de Rio Pardo de Minas, Vale do Jequitinhonha - “A paz esteja nesta casa”.

Fonte: arquivo pessoal. 2001

A manifestação popular é um ato de expressão coletiva, onde o artesanato cultiva as suas práticas associando-se a diversas atividades de fundo sociocultural, o que evidencia e reforça a sua natureza participativa, que, segundo Dormer<sup>114</sup>, é o que lhe dá força. As manifestações populares caracterizam-se pela espontaneidade e pela tradição, tal como acontece no tirocínio do artesão. O folclore, segundo Cascudo<sup>115</sup>, *é a cultura do popular; tornada normativa pela tradição. Compreende técnicas e processos utilitários que se valorizam numa ampliação emocional além do ângulo do funcionamento racional. E ainda: o folclore inclui nos objetos e fórmulas populares uma quarta dimensão, sensível ao ambiente.* Alguns exemplos nos ajudam a visualizar este contexto:

- O congado é uma manifestação religiosa portadora de um conjunto de símbolos, cores e sons. É uma cerimônia cheia de rituais, onde os artesãos locais começam a trabalhar bem antes do evento na confecção de instrumentos musicais feitos com materiais como a folha de lata e a madeira, dos santos, das bandeiras, das vestimentas e dos adereços. É uma festa folclórica mantida por pessoas de vida simples que contam e fazem história, e é um costume que vem sendo repassado às gerações mais novas. A devoção dos fiéis é diária. Um costume é criar um altar dentro de casa com todos os objetos usados na cerimônia – castiçais, oratórios, santos, rendas, vasos, tapetes, dentre outros;

114 DORMER, Peter. *Os significados do design moderno – A caminho do século XXI*. Portugal: Centro Português de Design. 1995.

115 CASCUDO, Luiz da Câmara. *Dicionário do Folclore Brasileiro*. São Paulo: EDUSP. 1988.

- A procissão da Ressurreição, realizada durante a Semana Santa em Ouro Preto, Minas Gerais, leva milhares de pessoas às ruas. Turistas, fiéis, músicos, artesãos, dentre tantos, unidos em um trabalho voluntário e em uma forma de adoração religiosa. É um espetáculo e um ritual religioso que, como no congado, tem início muitos meses antes da realização do evento. A serragem é o material que vai compor as figuras dos tradicionais tapetes, por onde passa a procissão no domingo. Para isso é necessário dar cor ao material, cerca de 120 sacos. Esta etapa de tingimento dura cerca de um mês e é feito com o uso de anilina, um material corante feito industrialmente;
- Os tropeiros atravessavam muitas regiões conduzindo tropas de gado, de mulas ou de éguas, ou de animais de carga. No passado, eles paravam nas fazendas para tomar água, descansar e abastecer de mantimentos. Alguns artesãos locais ficavam na varanda aguardando a chegada do grupo fazendo os balaies que serviam para o transporte das mercadorias.

Atravessando histórias, os mais diversos ofícios foram surgindo, de acordo com as necessidades locais, sejam estas práticas ou espirituais, e com os recursos que cada região oferecia - carpinteiros, bordadeiras, rendeiras, santeiros, ferreiros, doceiras, entalhadores, balaieiros, cesteiros, etc.

Inserido em um grupo social, o artesão tradicional é a pessoa que faz, a mão, objetos de uso frequente na comunidade. Em uma época em que o contato entre as comunidades, e delas com os grandes centros, eram mais difíceis, muitos objetos foram sendo desenvolvidos. As colheres e gamelas de madeira eram comumente utilizadas como utensílios domésticos, e em algumas casas ainda são indispensáveis. A moringa, de cerâmica, era usada para refrescar a água, já que não havia a geladeira, e para portá-la a outros ambientes, assim como muitos vasos e jarros. A moenda de cana era manual e de madeira, hoje praticamente uma peça de museu. A produção de santos ou outras imagens religiosas foram determinadas pela crença local predominante, para atender à necessidade de contemplação de fiéis. A peneira, cesto, balaio, tapete, vestimenta, rede, gradil, arreio, panela, são outros exemplos. O artesão trabalhava para atender primeiro a si mesmo. A necessidade de subsistência fez com que ele reproduzisse estes artefatos para serem utilizados como instrumento para adquirir outros artigos, em um processo de ajustamento mútuo entre indivíduo e sociedade.

Cada povo tem seus hábitos peculiares, seja no modo de vestir-se, no gosto por certos tipos de comida, ou nos tipos de recreação. O artesanato utilitário ou artístico, do ponto de vista antropológico, contribui no estudo de hábitos de um povo, seus recursos e valores<sup>116</sup>. Neste sentido, o artesão é um elemento formador de cultura. *A prática artesanal é um bem cultural que corre sempre o risco de perder-se no anonimato de seu fazedor*<sup>117</sup>. É um patrimônio imaterial. A sabedoria popular, o conhecimento que emana do povo, detém aspectos fundamentais para o ofício e para o artesão, e que não pode ser exposta em um museu, assim como os segredos e mistérios inerentes ao “modo de fazer”. A prática da transmissão desse conhecimento tácito entre gerações caracteriza-se pelo contato regu-

116 MARTINS, Saul. *Contribuição ao estudo científico do artesanato*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais. 1973.

117 BRAGA, Roberio e PAPA, Cleber. *Brasil das Artes*. São Paulo: São Paulo Imagem Data. 1999.

lar face a face<sup>118</sup>, procedimento didático verificado por Rugiu<sup>119</sup> como inerente à relação mestre-aprendiz.

A credence popular pode interferir no processo de produção do artesanato, como por exemplo, na colheita de algumas matérias-primas<sup>120</sup>. Segundo a tradição, para o corte de algumas plantas para a obtenção de fibras, é recomendável que seja feito durante os meses que não tem “R” (maio, junho, julho e agosto) para que o produto confeccionado tenha maior durabilidade. Especula-se que uma explicação técnica seja o fato de realizar o corte no período da seca. Recomenda-se também esse corte aconteça durante a fase minguante da lua. Na lua minguante a seiva concentra-se mais na base da planta, o que poderia vir a favorecer o processo de secagem. Essas são medidas adotadas por alguns artesãos para garantir que o objeto feito com determinados tipos de matéria-prima vegetais conserve-se mais, minimizando, dessa forma, o risco de dar caruncho, ou broca, definição dada aos insetos que corroem ou perfuram tais materiais<sup>121</sup>.

Para a produção de objetos artesanais, o artesão tem de vencer as etapas de colheita e preparo da matéria-prima. Na prática da tecelagem tradicional, por exemplo, a matéria-prima vem da plantação de algodoeiros ou da criação de carneiros. O algodão ou a lã era lavado, secado, cardado<sup>122</sup> e fiado, ou seja, transformado em fio. A fição é feita por meio da roca de fiar. Em seguida é realizado o processo de tingimento, utilizando-se de pigmentos naturais. Concluída esta fase de preparação, a matéria-prima está pronta para ir para o tear para a confecção de colchas e outros panos diversos. É feita a urdidura, um processo demorado de montagem dos fios e, em seguida, é iniciada a tecedura<sup>123</sup>.

A taquara, matéria-prima usada para a confecção de esteiras de teto e outras peças, é outro exemplo. Para encontrar a planta, o artesão sai cedo de casa e caminha geralmente de uma a duas horas no mato para chegar ao seu *habitat*. A taquara cresce em lugares úmidos. O ato da colheita obedece aos critérios de preservação da planta. De volta ao seu local de trabalho, geralmente em casa, a matéria-prima é preparada para então ser iniciada a confecção dos produtos.

*São rígidos os laços entre o artesão, matéria-prima e forma de vida*<sup>124</sup>. O artesão conhece profundamente o material com que trabalha, o que é e como se comporta, fato que proporciona bom desempenho no processo de produção. Cada matéria-prima reage à

118 LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José Eduardo; MACIEL, Maria Lúcia (org.). *Pequena Empresa – cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará Editora, UFRJ – Instituto de Economia. 2004.

119 RUGIU, Antônio Santoni. *Nostalgia do Mestre artesão*. Campinas: Autores Associados. 1998.

120 RIBEIRO, Maria de Lourdes Borges. *Inquérito sobre práticas e superstições agrícolas de Minas Gerais*. Rio de Janeiro: Ministério da educação e Cultura. 1971.

121 FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. CD ROM. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Lexikon Informática Ltda. 1999.

122 Cardar: pentear com carda, Instrumento constituído de um banco ao qual se apóia uma espécie de grande pente com dentes de madeira, compridos e bastante próximos, e que serve para desembaraçar o cânhamo, o linho, a lã, etc.

123 SANTOS, Micênio Carlos Lopes dos e SILVA, Gustavo Melo. *Tear: artesanato de Resende Costa*. São João Del Rei: FUNREI. 1997.

124 MARTINS, Saul. *Contribuição ao estudo científico do artesanato*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais. 1973.

manipulação de uma forma diferente. A mesma matéria-prima pode reagir de várias formas; isso depende da habilidade, da criatividade e da experiência do artesão. Fibra de bananeira, sisal, buriti, indaiá, piaçava, taboa, bambu, taquara, sementes, pedra de cantaria, cristal, pedra semi-preciosa, pedra preciosa, pedra-sabão, pedra pomes, concha, pedras decorativas, papel machê, sempre-viva, palha de milho, argila, areia, madeira, minerais, metais, borracha, penas, ossos e pigmentos, são alguns exemplos de matérias-primas oferecidas pela natureza.

O meio ambiente é um aspecto determinante na definição do tipo de artesanato. Uma panela é feita de barro em uma região, e noutra, é feita de pedra.

O buriti, um tipo de palmeira típica do noroeste do Estado de Minas Gerais, cresce no meio das veredas, um lugar cheio de água. A árvore é matéria-prima para o artesanato típico. Em Urucuaia, cidade da região, os artesãos têm consciência da importância desta planta e dos cuidados necessários para preservá-la. A extração do material é feita apenas em áreas autorizadas e com todos os cuidados recomendados para a sua preservação. Os artesãos aproveitam a casca, a palha e o talo do Buriti. Desses materiais surgem esteiras, cortinas, caixinhas e tudo mais que o material permitir<sup>125</sup>.

Como matérias-primas artificiais, ou seja, aquelas que já passaram por um processo de transformação, podemos considerar os materiais industriais, como por exemplo, linhas, aço, vidro, tintas, cimento, concreto, além dos materiais recicláveis e das sucatas. O que antes não valia nada, agora vira artesanato. *Recentemente, tem-se visto o aumento gradual do uso de materiais reciclados pelos artesãos em seu trabalho, incorporando itens de sustentabilidade ao seu ofício*<sup>126</sup>. O artesanato contemporâneo geralmente é produzido por indivíduos com maior grau de escolaridade, em geral do meio urbano<sup>127</sup>. Os produtos são determinados por uma demanda de mercado arraigada a uma demanda social de âmbito econômico e ambiental. A semelhança com o artesanato tradicional concentra-se nos princípios do modo de fazer.

O artesanato contemporâneo conceitual tem outros valores, atende a outras necessidades e promove a interação do indivíduo com o meio em que vive, de uma maneira distinta daquela anterior, da época das corporações de ofício. O artesão-artista provoca polêmicas e reflexões através do uso inusitado de materiais. O trabalho realizado pelos irmãos Fernando e Humberto Campana, de certo modo demonstra a viabilidade de levar para a indústria as características particulares do artesanato como um valor de estima agregado<sup>128</sup>.

---

125 TERRA DE MINAS. *Buriti - A árvore símbolo do cerrado é matéria-prima para o artesanato típico da região noroeste*. TV Globo Minas. Disponível em: <http://terrademinas.globo.com>. Acesso em: out. 2005.

126 *Recent years have seen craftmakers increasingly use recycled materials in the work, and incorporate issues of sustainability into their practice*. EDWARDS, K. L. *The design experience: the role of design and designers in the twenty-first century* (resenha). Science Direct. Materials & Design. No. 25. 2004.

127 BARROSO NETO, Eduardo. Design, Identidade, Cultura e Artesanato. *Primeira Jornada Ibero-americana de Design no Artesanato*. Disponível em: <http://www.portaldigital.com.br>. Acesso em: out. 1999.

128 DOMINGUES, Vanessa. Do artesanato à indústria. *Revista Arc Design*. São Paulo: Quadrifólio Editora. No. 38. 2004.

O artesanato contemporâneo também pode ser visto como fruto de projetos acadêmicos em algumas escolas de design, onde os alunos têm a oportunidade de conceituar um produto e de confeccioná-lo. Uma experiência diferente daquela de se construir um protótipo como mais um passo da metodologia projetual. No artesanato cada peça será única por mais que se queira repetir o percurso construtivo do objeto<sup>129</sup>. A ciência do fazer artesanal retoma a sua importância como instrumento na formação do conhecimento<sup>130</sup>. É uma estratégia para o desenvolvimento da educação, entendendo-a como uma atividade que promove a formação cultural e a socialização. *A arte tem um imenso poder transformador; tanto no plano dos indivíduos quanto no da sociedade como um todo*<sup>131</sup>. Nos tempos atuais, uma grande preocupação tem sido buscar formas de registrar, preservar e dar continuidade aos ofícios tradicionais. O desafio está em localizar os verdadeiros artesãos-mestres<sup>132</sup>, que são as valiosas fontes de conhecimento, não somente técnico, como também didático<sup>133</sup>.

Outra preocupação de relevância diz respeito às formas de consumo. Novos critérios são considerados no momento da escolha quando se busca pela aquisição de novos produtos, inclusive no tocante ao artesanato<sup>134</sup>. As pessoas estão mais conscientes em relação ao consumo<sup>135</sup>, seja este com ênfase na ecologia, na cultura ou na sociedade. Essa fase de conscientização de princípios de consumo que promovem a qualidade de vida abrange principalmente a movimentação para a incrementação do turismo, atividade considerada como uma vocação do país, e como suporte para o artesanato.

O turismo pode ser dividido em várias categorias, por exemplo, ecológico, histórico, rural, místico, radical ou gastronômico. Em algumas categorias, a aproximação com os atributos do “fazer cotidiano” é uma estratégia de agregação de valor e, por isso, tem sido valorizada, preservada e incrementada. Os sentimentos que o patrimônio evoca são transcendentais<sup>136</sup>. O Instituto Estrada Real<sup>137</sup>, através do Projeto Produção Associada ao Turismo, propõe criar braços de desenvolvimento local, integrando o artesanato ao turismo. *Produção Associada ao Turismo é toda produção artesanal, agropecuária ou industrial que detém atributos naturais e/ou culturais de uma determinada localidade*

129 MARTINS, Saul. *Contribuição ao estudo científico do artesanato*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais. 1973.

130 RUGIU, Antônio Santoni. *Nostalgia do Mestre artesão*. Campinas: Autores Associados. 1998.

131 CIDADES VIVAS. *Revista sobre as administrações municipais do PT*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo. Edição especial. 2004.

132 BRAGA, Roberio e PAPA, Cleber. *Brasil das Artes*. São Paulo: São Paulo Imagem Data. 1999.

133 RUGIU, Op. cit

134 Em virtude da participação em muitas edições da Feira Nacional de Artesanato, decorrente do envolvimento nos projetos apresentados no capítulo 4 desta dissertação, foi possível, nestes eventos, ouvir depoimentos de consumidores que acreditam que o consumo de produtos de base artesanal é uma forma de reação ao processo de globalização imposto pela cultura de consumo de massa.

135 MANZINI, Ezio. *Artefatti – verso una nuova ecologia dell’ambiente artificiale*. Milano: Domus Academy. 1990.

136 IEPHA. Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais. Disponível em: [www.iepha.gov.br](http://www.iepha.gov.br). Acesso em: nov. 2005.

137 Instituto Estrada Real: sociedade civil sem fins lucrativos, criado por iniciativa da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais – FIEMG, cujo objetivo é fomentar negócios e turismo para o desenvolvimento da área de influência da Estrada Real (INSTITUTO ESTRADA REAL, Op cit.).

ou região capazes de agregar valor turístico<sup>138</sup>. O “fazer cotidiano” poderia ser definido como o conjunto de atividades que vincula o indivíduo à sociedade – conviver, sustentar, trabalhar, cultivar, expressar. A produção artesanal integra estas atividades, e assistir e participar desse processo tornou-se um produto do turismo. De acordo com o código de ética da Organização Mundial do Turismo<sup>139</sup>, os empreendedores do setor de turismo, bem como os funcionários da atividade e os turistas, devem observar as condições naturais do ambiente, bem como as tradições culturais e sociais e as práticas de todas as populações nativas, incluindo as minorias e os grupos indígenas, assim como o reconhecimento do valor destes. Neste contexto, a atividade turística deve ser conduzida em harmonia com a natureza e com os atributos e tradições dos núcleos turísticos receptores e em respeito com suas leis, práticas e costumes.

A ecologia<sup>140</sup> é a busca pelo equilíbrio do homem com o meio ambiente, no seu sentido mais amplo – meio ambiente natural e artificial. Manzini<sup>141</sup> coloca que *para o homem produzir o artificial é uma atividade absolutamente natural*<sup>142</sup>. Segundo o autor, por convenção, o ambiente artificial é aquele produzido pelo homem, e suas histórias se confundem. Fazer artesanato é interagir com o meio-ambiente, seja ele natural ou artificial. Neste sentido, criar condições de sustentabilidade é criar condições que promovam a estabilidade da atividade por um longo período, ou seja, poupar e preservar para que as gerações futuras possam dar continuidade às ações iniciadas pelas gerações atuais. O grande movimento que vem sendo feito para a promoção do artesanato, inserido ou não em outras atividades, busca, evidentemente, obter vantagens de cunho econômico e social, com grande atenção à questão do desemprego. A produção do artesanato integrado a atividades afins, como foi verificado, surgiu como uma proposta de aliviar este problema, desde que não sejam ignorados os princípios e valores que orientam o setor. *Estes processos levam consigo o risco de uniformidade, padronização de estilo de vida e práticas culturais e por meio disso empobrecendo a diversidade*<sup>143</sup>.

É fato a importância do artesanato como um meio de preservar a cultura e as diferenças que caracterizam povos de todo o mundo, e que estes são exatamente os aspectos que mais lhe agregam valor. O valor de mercado de objetos artesanais está coligado com o valor de estima, intrínseco ao consumidor. Partindo do pressuposto que a entrada de um elemen-

138 INSTITUTO ESTRADA REAL. *Projeto Produção Associada ao Turismo*. Federação das Indústrias de Minas Gerais. Disponível em: [www.estradareal.org.br](http://www.estradareal.org.br). Acesso em: 16 de janeiro de 2006.

139 WOLD TOURISM ORGANIZATION. Disponível em [http://www.world-tourism.org/code\\_ethics/eng/global.htm](http://www.world-tourism.org/code_ethics/eng/global.htm). Acesso em janeiro de 2006.

140 Ecologia: *Ramo das ciências humanas que estuda a estrutura e o desenvolvimento das comunidades humanas em suas relações com o meio ambiente e sua conseqüente adaptação a ele, assim como novos aspectos que os processos tecnológicos ou os sistemas de organização social possam acarretar para as condições de vida do homem* (FERREIRA, 1999).

141 MANZINI, Ezio. *Artefatti – verso una nuova ecologia dell’ambiente artificiale*. Milano: Domus Academy. 1990.

142 *Per l’uomo produrre l’artificiale é un’attività assolutamente naturale* (MANZINI, 1990).

143 *At the same time, these processes carry with them the risk of uniformity, standardization of lifestyle and cultural practices and thereby impoverishing diversity* (UNESCO, 2005). UNESCO. Handcrafts and Design; Handicrafts; Seal of Excellence Programme. Disponível em: <http://portal.unesco.org>. Acesso em: 08 out. 2005.



to estranho em um meio em equilíbrio, contamina-o imediatamente, analogamente a esta reação poderia estar a relação do designer com comunidades de artesãos, pequenos grupos sociais. Historicamente uma relação de atividades muito familiar a ambos. Antes da formalização do design de produto industrial, uma atividade originada com o advento da Revolução Industrial<sup>144</sup>, as ações de desenvolvimento de produtos já era uma rotina de mercado, certamente com menos intensidade. E bem antes, lá na era paleolítica, o homem já começava a criar seus instrumentos e artefatos. Do ponto de vista antropológico, entendendo esta área como que direcionada para o estudo acerca do ser humano, este fato é reconhecido em todas as partes do mundo. Refere-se também ao início do processo de agrupamentos sociais, ou seja, da formação de diferentes sociedades, estas caracterizadas pelo estabelecimento de normas e procedimentos comuns no meio humano, integrando-se ao meio ambiente.

Diante do exposto, o design pode aproximar-se do artesanato de maneiras diferentes, por exemplo, como parceiros, como instrutores ou como consultores. Seja ela qual for, o designer deveria atuar considerando principalmente o contexto em que o artesão vive, buscando compreender o modo de produção. O desafio é promover o aumento de produção e, ao mesmo tempo, preservar as peculiaridades do processo, é juntar tradição e modernidade, descobrindo novos usos, compartilhando ideias e experimentando fazer.

### 3.7 - METODOLOGIA DE DESIGN DE PRODUTO

Segundo artigo publicado na Revista Arc'Design<sup>145</sup>, o design brasileiro evoluiu e conquistou o mercado – *mudou o olhar, a percepção, a intenção. O design transformou-se em ferramenta para a competitividade, alavanca da produtividade, condição inape-lável para a inclusão do produto brasileiro no mercado internacional*<sup>146</sup>. A atividade de design de produto é um processo projetual e, como tal, tratado de maneira detalhada, ou seja, de maneira pormenorizada e sistematizada em seu conteúdo conceitual e executivo, procurando reduzir ao máximo o risco de fracasso em um novo empreendimento.

Conforme Baxter<sup>147</sup>, os princípios do desenvolvimento de novos produtos são viabilidade e especificação, projeto e desenvolvimento, engenharia de produção, fabricação e vendas. O estudo de viabilidade refere-se aos aspectos técnico-produtivos, que diz respeito à disponibilidade de tecnologias, materiais e recursos humanos, e aos aspectos econômicos, que diz respeito à necessidade de investimentos e da previsão de retorno do capital.

144 DORFLES, Gillo. *El Diseño Industrial y su Estética*. Barcelona: Editorial Labor S. A. 1978. LÖBACH, Bernd. *Diseño Industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 1981.

145 ESTRADA, Maria Helena. Sete anos de transformações – Design, artesanato, indústria, mercado. *Revista Arc Design*. São Paulo: Quadrifólio Editora. No. 38. 2004.

146 Boa parte das fotos de produtos que ilustram o artigo, guardam características do artesanato, como por exemplo, muitos detalhes, processo de produção, o uso de matérias-primas naturais – pedra-sabão, fibra de carnaúba, sementes, cerâmica, terracota, crochê com lacres de latinhas, renda do Piauí, papel de revista, flores esqueletizadas, capim dourado, couro e madeiras, e o uso de matérias-primas de origem industrial – refugo de EVA, EVA em rolinhos, em tiras, alumínio, papelão. A maioria dos produtos mostrados na reportagem é fruto de ações de vários projetos institucionais, o que demonstra a potencialidade da parceria entre design e artesanato.

147 BAXTER, Mike. *Projeto de Produto*. 1. ed. São Paulo: Ed. Edgar Blucher. 1995.

Esta é uma fase inicial e, portanto, ainda de muitas incertezas. Já na fase de projeto e desenvolvimento, os riscos e incertezas diminuem em função das decisões tomadas que determinam as especificidades do novo produto e do detalhamento das ações de projeto. Um novo conceito de produto é determinado em função da identificação e especificação da oportunidade de mercado para se trabalhar a configuração do produto. Após a realização de testes preliminares de mercado, se o produto for aprovado, passa-se então para a fase de detalhamento para a prototipagem e fabricação. O autor ressalta que a organização das atividades de projeto de produto é complexa e apresenta um esquema projetual que nos ajuda a compreender o grau de detalhamento necessário para o sucesso do projeto de um produto industrial. No entanto, em sua obra, é enfatizada a similaridade estrutural entre a metodologia de projeto de produto com a metodologia do processo criativo, caracterizada pelas etapas de inspiração, preparação, incubação, iluminação e verificação.

Lobach<sup>148</sup> sustenta a teoria de que o processo de design de produto é um processo de solucionar problemas. A ênfase está na relação de similaridade entre o método do processo criativo com o método de design. No intuito de facilitar a compreensão, Lobach, de forma semelhante a Baxter, divide o processo projetual em quatro fases, da mesma forma que o processo criativo – preparação (1), incubação (2), iluminação (3), e verificação (4). As quatro fases projetuais no desenvolvimento de produto são: análise do problema (1), solução do problema (2), valoração da solução (3), e realização da solução (4). Em outras palavras, o autor descreve o processo:

- *um problema existe e é descoberto;*
- *reúnem-se informações sobre o problema, se valoram e se relacionam criativamente;*
- *desenvolvem-se soluções para o problema que são julgadas segundo os critérios estabelecidos;*
- *realiza-se a solução mais adequada.*

Dependendo da complexidade do problema, estas quatro fases nem sempre estão tão bem definidas, o que pode decorrer em repassar o processo várias vezes cruzando as informações. No entanto, a condução e o andamento do projeto dependem, sobretudo, dos conhecimentos e da experiência do designer, e de sua capacidade de relacionar estas informações com o problema. Da mesma forma que Lõbach<sup>149</sup>, Dorfles<sup>150</sup> enfatiza que a meta deve ser a compreensão clara do problema, para então trabalhar a solução de modo a ser percebida pelo consumidor.

Jones<sup>151</sup> coloca que o processo projetual segue um esquema básico que consiste em três etapas: divergência, transformação e convergência. A etapa de divergência busca ampliar os limites da situação de projeto e ampliar o seu espaço de investigação. A etapa de transformação busca o entendimento do problema e sua estruturação. A etapa de convergência conduz a uma única alternativa de solução e, conseqüentemente, ao seu desenvol-

---

148 LÕBACH, Bernd. *Diseño Industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 1981.

149 LÕBACH, Bernd. *Diseño Industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 1981.

150 DORFLES, Gillo. *El Diseño Industrial y su Estética*. Barcelona: Editorial Labor S. A. 1978.

151 JONES, Christopher. *Métodos de Diseño*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 1978.

vimento. Em outras palavras, estas três etapas poderiam ser denominadas como: análise, síntese, evolução, ou seja, dividir o problema em partes, reordená-las e colocá-las à prova. É enfatizado que o fundamental nesse processo é estabelecer a estratégia de projeto como uma lista de métodos que se pretende usar em função do grau do pré-planejamento e do modelo de investigação. Os métodos exteriorizam o processo de projeto e devem ser analisados a partir do ponto de vista da criatividade, racionalidade e controle. Jones parte do princípio que nenhum método é tão completo como parece à primeira vista, e que a solução de qualquer problema de projeto necessita de uma certa combinação de intuição e racionalidade.

Munari<sup>152</sup> apresenta um esquema de projeto também considerado por ele como básico, tendo-o como resultado de uma análise de esquemas propostos por vários outros autores. Esse esquema compreende as seguintes fases precedentes à construção do protótipo: *enunciado do problema, identificação dos aspectos e das funções* – análise do problema sob o ponto de vista físico e psicológico, *limites* – por exemplo, tempo de uso, normas de fabricação, dentre outros dados, *disponibilidades tecnológicas, criatividade, modelos*. Munari afirma que *existem diversos modos e métodos de projeto, segundo os designers e segundo o tipo de projeto*. Para o autor, trata-se fundamentalmente de clareza, sensibilidade e simplicidade de quem projeta.

Segundo Yair<sup>153</sup>, o sistema tradicional de projeto segue uma sequência linear de etapas. Poderia-se considerar também que o processo é apresentado dessa forma para facilitar o entendimento de uma estrutura de trabalho e da administração das ações que a sustentam. Por conseguinte, este formato linear pode apresentar-se dessa forma como um meio didático. Dependendo do olhar, pode-se perceber que as ações que compõem um método de trabalho são ações que funcionam em rede, de forma quase simultânea, onde em cada etapa do ciclo metodológico de projeto de produto, prevalece um conjunto de critérios específicos a um objetivo específico. Yair também afirma que a adoção de metodologias integradas favorece a engenharia simultânea, que integra design, engenharia, vendas e marketing para a concepção do projeto, decorrendo em ações integradas de projeto de produto.

A metodologia do processo criativo, segundo Carvalho<sup>154</sup> e Parnes<sup>155</sup>, é caracterizada por um percurso projetual de etapas muito similares às etapas sugeridas para as metodologias de projeto de produto – objetivo, levantamento de fatos, problema / oportunidade, ideia, solução, ação. O maior diferencial, como já foi dito anteriormente, está nas especificidades de procedimentos.

Ao contrário do processo de desenvolvimento de produto para a indústria, onde otimizar o tempo de produção representa aumento na produtividade, no artesanato, as considerações sobre este aspecto deveriam ser tratadas com cautela. Frequentemente, e isso

---

152 MUNARI, Bruno. *Design e Comunicação Visual*. São Paulo: Martins Fontes. 1979.

153 YAIR, Karen et al. Design through making: crafts knowledge as facilitator to collaborative new product development. *Design Studies*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 20. p.495-515. 1999.

154 CARVALHO, José Leão. Pensamento Atitudinal e Metodologia do Processo Criativo. *Apostila do Curso Básico do Instituto Latino Americano de Criatividade e Estratégia*. São Paulo: ILACE. 1988.

155 PARNES, Sidney J. Parnes. *Optimize – The Magic Of Your Mind*. New York: The Creative Education Foundation in association with Bearly Limited. 1997.

foi verificado em trabalhos de campo, o artesão modifica a sua proposta inicial de produto, seja em função das características físicas da matéria-prima, dos procedimentos construtivos do objeto ou de outro tipo de observação que lhe ocorrer. Esta flexibilidade decorre do seu tempo de execução, o que lhe permite realizar avaliações simultâneas à produção.

*Um artífice que executa, uma após a outra, as diversas operações parciais da produção de uma mercadoria, é obrigado ora a mudar de lugar, ora a mudar de ferramenta. A passagem de uma operação para outra interrompe o fluxo de seu trabalho e forma por assim dizer lacunas em seu dia de trabalho<sup>156</sup>.*

Essas lacunas, dependendo do ponto de vista, pode representar para o artesão o tempo de usufruto do pensamento criativo. É sabido que o artesão, na sua maioria, “projeta” mentalmente, ou seja, concebe um objeto. Em trabalhos de campo, junto com os artesãos, foi possível verificar que o processo de concepção do artesanato segue uma estrutura metodológica percebida mais nitidamente no momento da construção desse objeto, ou seja, no “fazer”. O método de trabalho do artesão é fundamentado principalmente no bom senso, na sabedoria popular e no processo de experiência. Segundo Munari<sup>157</sup>, *a experimentação pessoal é a que melhor ensina*.

Como foi visto, para o designer, tudo no objeto precisa ser antecipado em um projeto. Além de materiais, tecnologias, aspectos econômicos, sistema de produção, custos, usuário e da utilidade propriamente dita, os efeitos cognitivos que possam valorizar o produto também são projetados, conforme as considerações feitas nos itens 3.5 e 3.6 desse capítulo.

O objetivo com a proposta de desenvolver um esquema referente aos diversos aspectos que envolvem o desenvolvimento do produto artesanal, de acordo com a figura 13, foi a de destacar a necessidade da realização de um diagnóstico específico a partir de mapeamentos feitos caso a caso. Em outras palavras, o objetivo é buscar compreender os princípios básicos e as particularidades da produção artesanal para a geração de estratégias de desenvolvimento mais apropriadas. Se alguém planeja uma ação ou um conjunto de ações provavelmente é porque se deseja alcançar, de maneira satisfatória, um objetivo. Interpretando o planejamento estratégico para o artesanato dessa forma, faz-se necessário entender os mecanismos de desenvolvimento de produto, da produção, e de mercado, principalmente no que diz respeito às oportunidades de negócios.

---

156 MARX, Carl. *O Capital: crítica da economia política*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S. A. 1980.

157 MUNARI, Bruno. *Design e Comunicação Visual*. São Paulo: Martins Fontes. 1979.

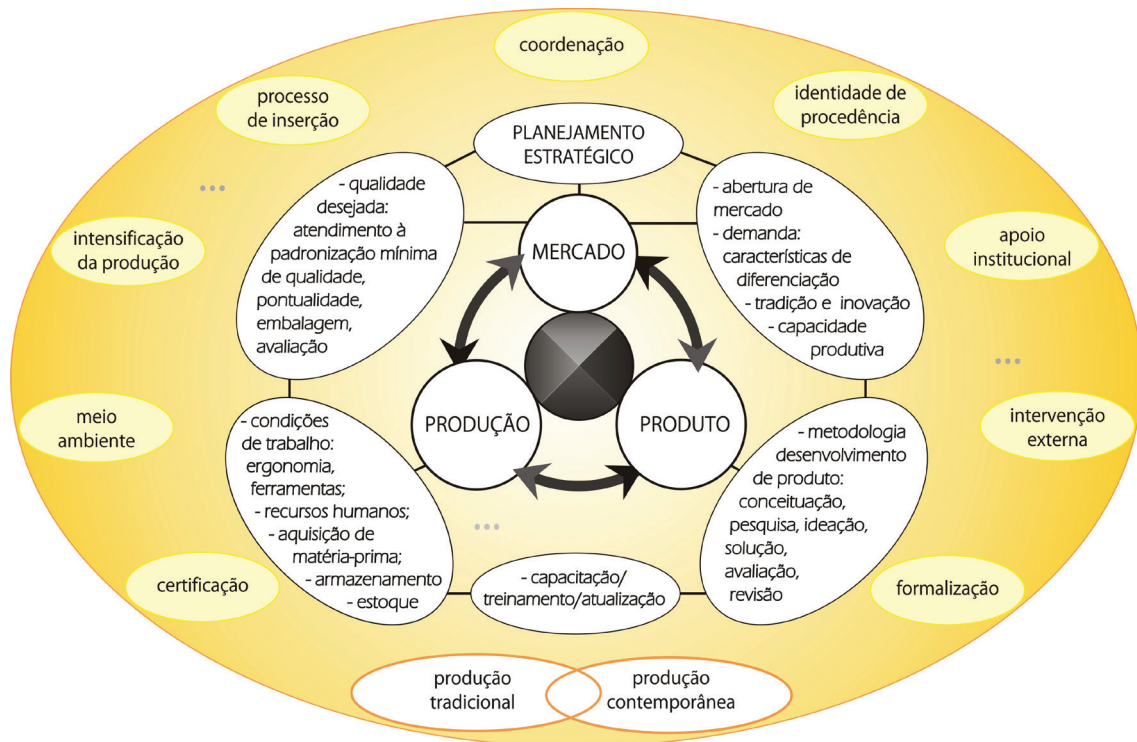


Figura 13 - Mapeando o cenário da produção artesanal. Exercício realizado durante a disciplina Sistemas de Produção do curso de Mestrado em Engenharia de Produção. Belo Horizonte: UFMG. 2º. Semestre de 2004.

## Introdução ao estudo de caso

### 4.1 - MERCADO

Como já foi dito anteriormente, o artesanato era produzido e comercializado de acordo com as necessidades locais da comunidade na qual o produtor estava inserido. Na mesma oficina ele produzia e vendia, dominando todo o ciclo do produto, da ideação às mãos do usuário. A demanda pelos produtos artesanais era pequena o que significava um sistema de comercialização simples e informal. O artesão-mestre, das corporações de ofício, era tido como *livre produtor-empresário*<sup>158</sup>, papel este que hoje vem sendo estimulado e apoiado pelos projetos institucionais voltados tanto para as ações de design e artesanato<sup>159</sup>, como para aqueles voltados para a agricultura familiar, nos quais o artesanato integra o elenco de produtos trabalhados<sup>160</sup>.

---

158 RUGIU, Antônio Santoni. *Nostalgia do Mestre artesão*. Campinas: Autores Associados. 1998.

159 PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. *Termo de Referência*. Brasília: SEBRAE/UF. 2004. e PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. Repasse Metodológico. Design e Artesanato. *Apostilas do curso preparatório para trabalhos de campo*. Belo Horizonte: SEBRAE/MG. 1998. PROJETO ART'ESTRUTURADA. *Diagnósticos e processo de revitalização do produto artesanal*. Belo Horizonte: Programa SEBRAE de Artesanato, SEBRAE-Minas, Centro CAPE, Central Mãos de Minas. 1998. UNESCO. Handcrafts and Design; Handicrafts; Seal of Excellence Programme. Disponível em: <http://portal.unesco.org>. Acesso em: 08 out. 2005.

160 EMATER. Agricultores mineiros mostram grande variedade de produtos em Brasília e Emater-MG ajudará agricultores familiares a investir em turismo rural. In: *Notícias da EMATER*. Disponível em <http://www.emater.mg.gov.br>. Acesso em: 09 out. 2005.

Ainda fazendo uma referência ao passado, aquela era uma época em que prevalecia o valor utilitário dos artefatos, mesmo se fosse utilizado como objeto de contemplação, como por exemplo, os oratórios e imagens de santos, quando os rituais e manifestações culturais e religiosas eram dominadas pelas características singelas do cotidiano, quando predominavam os valores mais simples e essenciais, arraigados ainda a uma cultura tradicional. A cultura de consumo começa a dominar e ditar as nossas necessidades com o início da manufatura, da produção seriada, da mecanização, com a oferta de produtos com preços mais acessíveis em função dos menores custos de produção. A produção em massa para o consumo em massa<sup>161</sup>.

Hoje, as opções de produtos são tantas que, em alguns casos, o ato da compra torna-se um verdadeiro dilema. É quando a função de estima passa a ser fundamental na decisão, seja pela marca, pela confiabilidade, pelo status, ou seja, pelo o que mais aquele produto pode oferecer além de atender ao uso esperado.

*Em um mundo onde a maioria dos consumidores tem suas necessidades básicas atendidas, agrega-se valor eficientemente por meio da satisfação das necessidades de percepção dos clientes – suas necessidades estéticas<sup>162</sup>.*

A incrementação da produção artesanal representa uma valiosa fonte de geração de trabalho e renda. São várias as iniciativas de instituições governamentais e não-governamentais que têm contribuído para a capacitação dos artesãos. É importante ressaltar que investir em geração de trabalho no sentido de gerar uma atividade sustentável, significa formar as pessoas para que sejam independentes, para que sejam artesãos empreendedores e competitivos.

*Para competir com produtos asiáticos de qualidade aceitável e preços muito mais baixos, somente poderá ser conseguido quando se oferecer algo diferente, melhor concebido, que fale diretamente ao coração e à mente dos consumidores. Estes produtos oferecidos deverão incorporar algo mais, serem exclusivos, singulares, com uma história própria<sup>163</sup>.*

Para isso, é relevante considerar que na preparação do artesão para estar atuando atentos aos atuais critérios e valores de mercado, é necessário aproximá-lo, de alguma forma, a este novo ambiente. Talvez isso possa ser uma maneira de fazê-lo compreender melhor a que qualidade ou volume de produção os profissionais de desenvolvimento de produto se referem. O mercado mais promissor para o artesanato não faz parte da realidade do artesão e, neste sentido, a participação em eventos no setor tem contribuído para essa aproximação.

Um exemplo notório é a Feira Nacional de Artesanato, evento promovido pela Central Mãos de Minas e Centro CAPE, realizada desde 1990, considerada como a maior feira de

---

161 MARX, Carl. *O Capital: crítica da economia política*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S. A. 1980.

162 SCHMITT, Bernd e SIMONSON, Alex. *A Estética do Marketing*. São Paulo: Ed. Nobel. 2002.

163 BARROSO NETO, Eduardo. *Design, Identidade, Cultura e Artesanato. Primeira Jornada Ibero-americana de Design no Artesanato*. Disponível em: <http://www.portaldigital.com.br>. Acesso em: out. 1999.

artesanato da América Latina. Além da comercialização dos produtos, ocorrem rodadas de negócios, oficinas do fazer artesanal, shows do folclore brasileiro, exposição do turismo nas suas mais diversas modalidades, e seminários temáticos. A XV Feira Nacional de Artesanato, realizada em 2004, contou com uma visitação superior a 115.000 pessoas, sendo deste número 12.000 lojistas e 32 compradores internacionais, os quais adquiriram U\$ 530.000 em amostras ou pequenos pedidos para teste de mercado, R\$ 6 milhões em vendas para lojistas somente no primeiro dia, R\$ 20 milhões em vendas durante os seis dias de evento<sup>164</sup>. Estes números corroboram as colocações de que o setor produtivo de base artesanal tem sido de grande importância para o desenvolvimento econômico.

Além dos grandes eventos, o artesanato é tradicionalmente apresentado em feiras ou mercados locais, um costume nas cidades no interior dos Estados. Esta é uma forma de comercialização e de socialização da comunidade local e tem sido valorizada como um bem cultural, tornando-se, dessa forma, roteiro obrigatório de turistas.

*No Brasil, nas feiras típicas do interior, é comum a exposição de cerâmicas, cuja procedência se denuncia sempre pela qualidade da argila e o acabamento das peças, concorrendo certas diferenças aí encontradas, não só para identificar os autores, como para granjear-lhes a preferência<sup>165</sup>.*

O mercado do artesanato é composto de consumidores locais, e de turistas, lojistas e intermediários, que contribuem consideravelmente para o escoamento da produção. Estas três últimas categorias são consideradas como de maior poder aquisitivo. O turista está disposto a adquirir produtos que remetam a uma experiência. Muitas vezes está de carro, o que facilita o transporte, ou está em família ou com grupos de amigos, o que pode garantir mais vendas e fortalecer as relações locais de comercialização. Os lojistas e intermediários são aqueles que buscam por qualidade e por volume de peças. O intermediário, também conhecido como atravessador, é um incômodo para os artesãos, pois guardam consigo a imagem de exploradores. No entanto, desde os primórdios da atividade mercantil<sup>166</sup>, a partir do estabelecimento dos mecanismos de troca de mercadorias, o artesanato busca por novas oportunidades de mercado. Já nesta época, configura-se o papel do intermediário, então denominado de mercador.

*..., o artesão precisa do mercador, o qual tem condições de compensar uma invalidez congênita e invariável das mercadorias, aquela – notou Marx – de não ter pernas e, portanto, de não poder dirigir-se sozinha ao mercado.<sup>167</sup>*

Um outro papel que tem contribuído para incrementar as ações de mercado é o de “olheiro”, um tipo de observador e informante que trata de identificar produtos diferenciados. Ele pode trabalhar para uma instituição ou para uma loja, observando, informando, e comprando, ou pode trabalhar sozinho.

164 FEIRA NACIONAL DE ARTESANTO. Disponível em: <http://www.feiranacionaldeartesanato.com.br>. Acesso em: jul. 2005.

165 FUNDAÇÃO IBGE. *Tipos e aspectos do Brasil*. Excertos da Revista Brasileira de Geografia. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia. 1970.

166 RUGIU, Antônio Santoni. *Nostalgia do Mestre artesão*. Campinas: Autores Associados. 1998.

167 RUGIU, Op. cit.



Outra forma de comercialização que tem adquirido mais espaço no mercado é através das organizações não governamentais de caráter ambiental e social. Estas organizações certificam, divulgam e comercializam produtos ecologicamente sustentáveis ou de valor social agregado, dentre os quais se encontram muitos tipos de artesanato. Uma questão fundamental no que diz respeito às novas oportunidades de mercado para o artesanato, é o processo de inovação no desenvolvimento de novos produtos. Se o artesão passa a atender a tudo o que é solicitado, corre sério risco de perder o que traz mais valor ao seu produto – a espontaneidade e a originalidade presentes no seu cotidiano produtivo. Um produto artesanal pode ter a sua origem na arte popular, na cultura, na tradição ou na religião. Ele pode ter compromisso com a etnia, como por exemplo, os produtos indígenas, ou pode ter como referência uma identidade local como os pássaros do Pantanal. Pode resgatar a memória histórica ou econômica de uma região como as rendas do Nordeste, e pode destacar-se pela utilização de matérias-primas predominantes na região, como a pedra-sabão, o buriti, a lã, dentre outras. Neste contexto, a parceria entre designer de produto e o artesão, com respeito às suas devidas competências, valores e critérios tem apresentado bons resultados. O mercado busca por novas tendências com relação ao produto artesanal, como por exemplo, formatos mais adaptáveis, utilitários, matérias-primas e criações de linhas de produtos.

*... o desejo do mercado consumidor é de adquirir uma peça artesanal cuja qualidade e expressão cultural as diferenciam do produto industrial<sup>168</sup>.*

Com o objetivo de possibilitar ao artesão uma visão realista do seu processo produtivo como um todo, indo desde a aquisição da matéria prima, passando pela produção, até a comercialização final, os programas institucionais têm tido mais recentemente a preocupação de ensinar o artesão a desenhar sua cadeia produtiva, possibilitando, assim, que ele perceba os gargalos de sua produção, melhore os processos e minimize os custos. Além de compor sua própria cadeia produtiva, ou arranjo produtivo local<sup>169</sup>, ou ainda, sistemas produtivos e inovativos locais<sup>170</sup>, o artesanato integra outras importantes estruturas de desenvolvimento integrado, como é o caso do setor turístico, de estratégias de mercado semelhantes, porém mais representativas. O objetivo é a divulgação do nosso patrimônio cultural, material e imaterial, e ambiental, numa ação conjunta para o reconhecimento e valorização de uma produção autêntica, diferenciada, ou seja, portadora de identidade de procedência. São programas de incrementação que promovem ações para aumentar o fluxo turístico, favorecendo o desenvolvimento socioeconômico local através da geração de empregos, capacitação de mão-de-obra local, melhoria da distribuição de renda e contenção de emigração para os grandes centros urbanos.

---

168 SOUZA, Tereza de. *Uma estratégia de Marketing para o Artesanato do Rio Grande do Norte*. Tese (Doutorado em Administração). Fundação Getúlio Vargas. São Paulo. 1991.

169 Arranjo produtivo local são aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais – com foco em um conjunto específico de atividades econômicas – que apresentam vínculos mesmo que incipientes (LASTRES, 2004)

170 Sistemas produtivos e inovativos locais são aqueles arranjos produtivos em que interdependência, articulação e vínculos consistentes resultam em interação, cooperação e aprendizagem, com potencial de gerar o incremento da capacidade inovativa endógena da competitividade e do desenvolvimento local. (LASTRES, Op. cit.)

*O turismo constitui uma das principais interfaces do Programa Sebrae de Artesanato. A construção da reputação do destino turístico depende de se “olhar o entorno”, por isso faz-se necessário consolidar vínculos do artesanato com o turismo, transformando o artesão e seu local de produção em destino turístico a partir deste “olhar”, do contexto em que está inserido, e de sua história. Uma das vertentes de atuação compartilhada é a inserção do artesão e seu local de produção, enquanto roteiro turístico<sup>171</sup>.*

Falar de qualidade do produto feito artesanalmente é falar também sobre a importância de cultivar a padronização e o controle de produção, por mais rudimentar que ela seja. No entanto, é preciso considerar que dentre os critérios que venham a ser adotados como determinantes para uma avaliação sobre a qualidade, aqueles referentes à identidade prevalecerão como critérios subjetivos e imensuráveis, conforme foi visto no capítulo anterior. Todo produto artesanal tem potencial para conquistar novos mercados além das tradicionais feiras e dos bazares locais, inclusive o mercado externo. No caso de exportação, o produto deve ser produzido considerando-se também as normas de qualidade dos países envolvidos – importador e exportador. Embalagem, segurança de transporte, referências gráficas de informação são também fundamentais de serem esclarecidas e praticadas. O processo, ou melhor, os procedimentos para efetuar uma ação de exportação pelo artesão ainda parecem ser a de algo complicado e burocrático. Neste sentido, estar associado a uma estrutura de apoio bem organizada é uma vantagem para os artesãos.

Nos últimos anos, as mudanças de comportamento do consumidor, as consequências e a busca pela equalização com o processo de globalização, a preocupação generalizada com os aspectos ecológicos, as considerações sobre os elementos que integram o desenvolvimento sustentável e a revalorização de sentimentos de identidade, levaram ao contexto atual de ascendência das atividades produtivas artesanais<sup>172</sup>. *Espera-se que o consumo, hoje, proporcione emoção, e outras experiências, tanto quanto funcionalidade.*<sup>173</sup>. A conjugação do trabalho com a arte e as maneiras simples de viver vem dando respostas às necessidades materiais e imateriais de consumo e mostrando o caminho para um processo de reconstrução da produção artesanal perante novos critérios.

*“Com relação à estética do produto, Thakara afirma que a relevância do potencial agregado do artesão no desenvolvimento de novos produtos está aumentando à medida que os consumidores começam a rejeitar inovações tecnológicas.”*<sup>174</sup>.

171 PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. *Termo de Referência*. Brasília: SEBRAE/UF. 2004.

172 PARENTE, Maria das Mercês. *Design para o Setor Artesanal*. Fórum Internacional Design e Diversidade Cultural - Anais. Florianópolis: FIESC, SENAI e Laboratório Brasileiro de Design Industrial. p 75-79. 1995.

173 *The main conclusion is that consumption today is expected to provide emotion, and other experiences, as well as function*. EDWARDS, K. L. *The design experience: the role of design and designers in the twenty-first century* (resenha). Science Direct. Materials & Design. No. 25. 2004.

174 *In relation to product aesthetics, Thakara argues that the significance of craft makers' potential input to new product development is increasing as consumers begin to reject technology-led innovation*. YAIR, Karen et al. *Design through making: crafts knowledge as facilitator to collaborative new product development*. Design Studies. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 20. p.495-515. 1999.

## 4.2 - ANTECEDENTES DA PESQUISA

O tema de pesquisa há muito norteia as atividades da autora deste trabalho. Com formação em Design Industrial pela Escola de Design da UEMG, em 1989, ela vem trabalhando com desenvolvimento de produtos e pesquisas no setor produtivo de base artesanal desde 1997, através da realização de consultorias a projetos institucionais – trabalhos em campo e nivelamento técnico para a preparação de artesãos e de profissionais para a atuação em campo, clínicas tecnológicas, pesquisa e atendimento voluntário. De 1997 a 2004, foram realizados diagnósticos, atividades de desenvolvimento de produtos e de pesquisa em 28 municípios e seus arredores, nos Estados de Minas Gerais, Mato Grosso e Ceará.

Os projetos institucionais, descritos a seguir, foram de maior abrangência e se destacam pelo formato de capacitação integrada nas áreas de empreendedorismo, gestão, associativismo e cooperativismo, desenvolvimento de produtos e comercialização. Alguns destes projetos tinham também como objetivo realizar um mapeamento da produção artesanal no Estado de Minas Gerais. Especificamente quanto aos projetos realizados através de instituições de ensino, o objetivo foi contribuir para a formação de novos profissionais que optem em atuar no segmento produtivo de base artesanal.

### - *Projeto Artesão Minas*

O Projeto Artesão Minas, desenvolvido pelo Centro CAPE, Serviço Social da Indústria - SESI-Minas, e Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais - FIEMG, foi um dos primeiros trabalhos de apoio e capacitação integrada feito com grupos de artesãos no Estado de Minas Gerais. O projeto, realizado em cinco municípios na região do Campo das Vertentes durante o período de setembro de 1997 a janeiro de 1998, tinha o foco das ações no comportamento empreendedor, no associativismo e no desenvolvimento de produto.

Na época, diante da dificuldade de encontrar referências metodológicas de ações de design e artesanato, foi proposta a realização de oficinas de criatividade. Estas oficinas foram sendo formatadas à medida que se tomava conhecimento sobre a produção artesanal local e suas respectivas demandas. As atividades eram elaboradas e programadas a partir dos problemas levantados pelos próprios grupos de artesãos. Na maioria dos casos a atenção esteve voltada para o aprimoramento da qualidade final dos produtos, que eram bastante diversificados em tipologias de uso, técnicas e matérias-primas. Em alguns municípios onde prevalecia uma técnica artesanal, além dos cuidados com a qualidade final do produto, as atividades foram direcionadas para questões como aproveitamento das sobras de matéria-prima (figura 14), processo de produção e desenvolvimento de novos produtos e estímulo ao processo criativo (figura 15).



Figura 14 – Poltrona revestida com tecido confeccionado com sobras de matéria-prima. Oficina realizada em Resende Costa, MG.

Fonte: arquivo pessoal. 1997.



Figura 15 – Oficina de criatividade – desenvolvimento de propostas de novos produtos, realizada com a equipe da Cerâmica Santo Antônio, em São João Del Rei.

Fonte: arquivo pessoal. 1997.

O formato das oficinas e a determinação do plano de trabalho foram feitos com liberdade de escolha quanto à metodologia a ser adotada. Neste sentido, as estruturas metodológicas de design de produto<sup>175</sup> e do processo criativo<sup>176</sup>, conforme apresentado no capítulo 3, foram utilizadas como referências para a elaboração e implantação das atividades em campo. São estruturas muito similares no que confere as suas etapas de trabalho; a diferença consiste principalmente nos procedimentos técnicos de desenvolvimento das ações, e no foco, sendo a primeira com atenção para o produto e a segunda com atenção ao indivíduo.

Com base nas experiências realizadas no Projeto Artesão Minas, em 1998, foi iniciado em campo o Projeto Art'Estruturada.

175 BAXTER, Mike. *Projeto de Produto*. 1. Ed. São Paulo: Ed. Edgard Blucher. 1995. MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem coisas*. São Paulo: Martins Fontes. 1981.

176 CARVALHO, José Leão. *Pensamento Atitudinal e Metodologia do Processo Criativo*. *Apostila do Curso Básico do Instituto Latino Americano de Criatividade e Estratégia*. São Paulo: ILACE. 1988. PARNES, Sidney J.. *Optimize – The Magic Of Your Mind*. New York: The Creative Education Foundation in association with Bearly Limited. 1997.

## - Projeto Art'Estruturada

*Trata-se de um programa que prevê a capacitação associativista de artesãos para, juntos e organizados, conseguirem promover e divulgar seus produtos*<sup>177</sup>. Numa ação articuladora e integrada de parceria interinstitucional – Centro CAPE, Central Mãos de Minas e SEBRAE, o objetivo foi mobilizar, capacitar e organizar o setor artesanal de diversos municípios do Estado de Minas Gerais, promovendo o aumento da competitividade a partir da melhoria da produtividade, da informação tecnológica, do gerenciamento da atividade, da qualidade do produto e do desenho. Para a implantação do projeto, foram identificadas 22 cidades-piloto a partir da importância do artesanato na economia destes municípios e da demanda identificada pelo Programa de Turismo Competente do Sebrae.

O projeto contava com a participação de uma equipe de sete consultores em design e artesanato conduzidos por uma coordenação. Estes consultores foram denominados como “agentes de criatividade”. O primeiro passo para dar início ao trabalho foi a realização de reuniões preliminares que objetivavam o nivelamento da equipe através do repasse das experiências de cada consultor.

Para as atividades de desenvolvimento de produto, foi estabelecido um roteiro de atuação nos municípios e uma metodologia de intervenção, desenvolvida pela coordenação da equipe de design, para o processo de revitalização dos produtos artesanais nas comunidades a serem trabalhadas, aqui apresentados de forma resumida:

- Diagnóstico inicial, apresentação do projeto, cadastramento dos artesãos, visita aos artesãos, apresentação dos produtos (antigos e novos), reapresentação do projeto (síntese), reconhecimento local (área urbana e rural), aplicação de dinâmicas de grupo, visita aos principais locais do município (com os artesãos), levantamento histórico da cidade, definição de simbologia local, identificação dos principais pontos / elementos regionais, identificação de principais produtos, seleção de produtos para a revitalização, análise/defesa para esta seleção, apresentação de intenção para linha revitalizada, e prototipagem<sup>178</sup>. Estas ações foram realizadas em 5 ou 6 módulos ou visitas aos municípios, de acordo com o rendimento de cada grupo de artesãos.

A orientação da coordenação foi a de que os agentes de criatividade deveriam se restringir à aplicação do roteiro metodológico apresentado. No entanto, caso fosse identificada alguma situação específica sobre determinado segmento, o agente poderia desenvolver uma metodologia de intervenção que julgasse mais apropriada, desde que devidamente justificada e autorizada pela coordenação geral.

Para realizar o monitoramento das ações em todos os municípios foram estabelecidos como procedimentos de rotina o registro iconográfico, entrega de relatórios ao final de cada etapa, e reuniões mensais para a apresentação desses relatórios.

---

177 PROJETO ART'ESTRUTURADA. *Diagnósticos e processo de revitalização do produto artesanal*. Belo Horizonte: Programa SEBRAE de Artesanato, SEBRAE-Minas, Centro CAPE, Central Mãos de Minas. 1998.

178 PROJETO ART'ESTRUTURADA. Op.cit. 3ª. Parte.

Os grupos de artesãos, em média com 15 participantes, se caracterizavam por uma produção heterogênea, com grande variedade de produtos, técnicas e matérias-primas. Este fato fez com que as oficinas fossem realizadas mais com o objetivo de proporcionar ao artesão uma visão geral dos procedimentos e critérios para o desenvolvimento de produtos, além de representar o início de um mapeamento da produção artesanal no Estado de Minas Gerais.

### - **Projeto Sempre-Vivas**

O Projeto Sempre-Vivas foi elaborado e implantado pelo Instituto Terra Brasilis, uma organização não governamental, criada com o objetivo de promover a conservação da natureza e o desenvolvimento social<sup>179</sup>. O projeto foi desenvolvido em parceria com o Centro CAPE, o Sebrae-MG, a Central Mãos de Minas, a Associação Comunitária de Galheiros, a Fundação Serra do Cipó, o Instituto Estadual de Florestas - IEF-MG, a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural - EMATER-MG, e o Serviço de Pesca e Proteção à Vida Silvestre dos Estados Unidos - USFWS. As sempre-vivas são espécies de plantas que sofrem poucas alterações em sua forma e coloração depois de serem colhidas e desidratadas. A região de Diamantina, Minas Gerais, é considerada o maior pólo de extrativismo e comercialização de sempre-vivas, que são principalmente exportadas para fins ornamentais. O Projeto busca subsídios para o uso sustentado dessas plantas, partindo da importância social de seu extrativismo e reconhecendo o risco que as atuais práticas de exploração impõem à perpetuação dessas espécies e da própria atividade<sup>180</sup>.

Entendendo ser necessário o desenvolvimento de práticas de aproveitamento das sempre-vivas de uma forma sustentável, o artesanato surge como uma alternativa econômica de geração de renda para as próprias comunidades. Em setembro de 1998, a coordenadora do projeto (e bióloga) compõe uma equipe com mais dois consultores do setor artesanal, um profissional de design de produto e um profissional de relações comerciais, para a realização de uma viagem de reconhecimento local, no município de Diamantina e comunidades vizinhas. A partir das informações levantadas sobre a história, a economia, a sociedade e a biodiversidade, consequentes também das atividades já em andamento do projeto, o trabalho de desenvolvimento de objetos artesanais foi iniciado com a elaboração do diagnóstico que nos daria as diretrizes de conduta neste processo. Nas comunidades rurais, a apanha da sempre-viva é uma das principais fontes de renda. Os apanhadores repassam as flores para os intermediários que, por sua vez, comercializam com os exportadores. A coleta desenfreada fez com que várias espécies de sempre-vivas fossem extintas, e outras tantas correm o mesmo risco.

Durante a visita de campo da equipe foi feito um amplo registro iconográfico de manifestações culturais e das técnicas artesanais já utilizadas na produção de diversos produtos de uso cotidiano, além de catalogação de outras matérias-primas alternativas. Foram cons-

---

179 LARA, Ângela Cristina [et al.]. Planta viva, gente viva – sempre-vivas. *Projeto Sempre-vivas*. Belo Horizonte: Instituto Terra Brasilis. 1999.

180 LARA, Ângela Cristina [et al.]. Op. Cit..

tatadas também limitações relativas ao uso de energia elétrica e à aquisição de materiais complementares oferecidos pelo comércio de Diamantina. O artesanato utilizando estas flores era predominantemente de arranjos, que em sua grande parte adotava o tingimento da matéria-prima.



Figura 16 - Sempre-vivas e materiais alternativos da região – sementes, madeira, fibras.

Fonte: arquivo pessoal. 1998.

De volta a Belo Horizonte, foi implantado um laboratório, considerado a primeira etapa para o desenvolvimento de produtos, e que contou com a participação de quatro estagiários da Escola de Design da UEMG. As atividades foram orientadas pela designer de produto e demais coordenadores do projeto. A metodologia adotada para o desenvolvimento de novos produtos artesanais seguiu os parâmetros das metodologias de design de produto e processo criativo. Foram três meses de trabalho. No primeiro mês foram criadas em torno de 50 propostas de produtos, sendo 20 selecionadas – luminárias, fruteiras, porta-chaves, porta-retratos, kits para servir tira-gosto, jogo americano, enfeites de Natal como anjos, árvores e guirlandas, e novas propostas de arranjos decorativos. O passo seguinte foi a adequação dos processos de produção – trabalhabilidade, recursos técnicos, ferramental, tempo de produção. Refeitos os protótipos, os esforços foram concentrados na produção para a exposição e comercialização na Feira Nacional de Artesanato, o último passo nesta primeira etapa do projeto - o teste de mercado. O evento teve a duração de 4 dias. No segundo dia praticamente toda a produção havia sido comercializada.





Figura 17 - Estagiários da Escola de Design da UEMG, sendo dois alunos do Curso de Design de Produto e dois alunos do curso de Licenciatura em Artes – laboratório de desenvolvimento de produtos.

Fonte: arquivo pessoal. 1998.

Com base nestes resultados foi então iniciado o trabalho em campo. Outras atividades de sensibilização, conscientização e capacitação técnica já vinham sendo desenvolvidas na região, principalmente na comunidade de Galheiros, selecionada para o trabalho inicial. Com a participação de outra profissional da área de design e artesanato, foi implantada uma oficina de desenvolvimento de produtos, agora com a participação dos artesãos. Novas propostas foram elaboradas antes da apresentação da experiência já adquirida na etapa anterior, em Belo Horizonte. Sempre atentos ao escopo do projeto – a preservação das sempre-vivas, respeitando as informações obtidas na fase de reconhecimento local, a agregação de elementos técnicos e culturais, o uso de matérias-primas alternativas regionais, as considerações para com o consumidor, e a participação de artesãos da comunidade, onde não havia um ofício tradicional de artesanato com as sempre-vivas, foi obtida, em um esforço conjunto, a implantação de uma atividade geradora de renda através da produção de objetos diferenciados, visto a continuidade do reconhecimento do mercado de consumidores de produtos artesanais. Contando com o apoio de seus parceiros, a Oficina de Galheiros continuou sua produção e evoluiu não só em relação à ampliação da gama de opções de objetos, como também na atenção à organização da produção e aos aspectos de apresentação para o mercado, agregando informações sobre o projeto, identidade gráfica e embalagens.

O formato metodológico adotado para as ações de desenvolvimento de produto no Projeto Sempre-vivas caracterizou-se por um planejamento em dois blocos de atividades:

um laboratório, para a realização de experimentos prévios com a matéria-prima, e a capacitação do grupo de artesãos, em campo, com atenção para a aplicação do conhecimento adquirido, para o compartilhamento de novas ideias e para o aprimoramento.



Figura 18 - Exemplos de alguns dos produtos finais selecionados.

Fonte: arquivo pessoal. 1998.

### - Programa SEBRAE de Artesanato

O objetivo geral deste programa é *promover o resgate cultural do artesanato mineiro, atualizar e revitalizar a produção artesanal, bem como reafirmar a identidade cultural do município, a melhoria da qualidade dos produtos artesanais, a geração de emprego e renda, o crescimento e a valorização profissional do artesão* (PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO<sup>181</sup>). O Programa SEBRAE de Artesanato se caracteriza pela

181 PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. Repasse Metodológico. Design e Artesanato. *Apostilas do curso preparatório para trabalhos de campo*. Belo Horizonte: SEBRAE/MG. 1998.

proposta de atuação integrada nas áreas de comportamento motivacional, diagnósticos participativos, gestão, associativismo e design de produto. As ações de capacitação e treinamento foram realizadas com grupos de artesãos em diversos municípios, através da aplicação de metodologias, ferramentas e dinâmicas de grupo desenvolvidas e/ou adotadas pelo SEBRAE.

Especificamente no tocante às ações de design de produto, a primeira etapa do trabalho foi a realização do repasse da metodologia aos consultores de campo para o início das atividades de revitalização do produto artesanal. Esta etapa foi conduzida pelos coordenadores das ações de design de produto.

Para a realização dos trabalhos de campo foi fixado um cronograma para o acompanhamento do cumprimento das atividades. A metodologia a ser seguida consistia nas seguintes ações:

- Apresentação dos objetivos, participantes, apresentação dos conceitos principais adotados no trabalho, dinâmicas de grupo intercaladas com as atividades de desenvolvimento de produto, aplicação de ferramentas para o mapeamento e desenvolvimento de identidades regionais, estabelecimento de grupos de trabalho, definição de tipologias de produto e coleções, seleção e definição de público potencial, seleção e definição de linhas de produto, avaliação conceitual, prototipagem, avaliação das novas propostas de produto, aperfeiçoamento, desenvolvimento de etiqueta/tag, desenvolvimento de expositores, definições finais de produtividade e preço, avaliação final<sup>182</sup>.

Os procedimentos de rotina neste trabalho foram: registro iconográfico, apresentação de relatórios ao final de cada visita ao município, e o preenchimento de fichas cadastrais sobre o artesão e o município.

### **- Programa SEBRAE Design**

O Edital Via Design 01-2002 teve por objetivo a criação, consolidação e fortalecimento de uma Rede SEBRAE de Design, sob as formas de Centro de Design, Núcleos de Inovação e Design<sup>183</sup> e Oficina de Design, visando auxiliar as microempresas e empresas de pequeno porte e empreendedores a descobrir, valorizar e utilizar o design como estratégia à geração de produtos com qualidade compatível com as expectativas do consumidor, segundo padrões internacionais de competitividade. Este projeto pressupõe a articulação do SEBRAE com instituições como universidades, escolas de design, centros tecnológicos, fundações de amparo à pesquisa, escolas técnicas, como também uma ação junto a entidades representativas como sindicatos e associações, além de escritórios de design, entre outros.

Especificamente no caso do artesanato, a finalidade principal é atuar na melhoria de processos e produtos da cadeia produtiva do setor, capacitando o artesão e beneficiando as comunidades locais, com ênfase na geração de emprego e renda<sup>184</sup>.

---

182 PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. Repasse Metodológico. Design e Artesanato. *Apostilas do curso preparatório para trabalhos de campo*. Belo Horizonte: SEBRAE/MG. 1998.

183 Projeto integrado: Centro de Design, Núcleo de Inovação e Design em Artesanato, Design Corporativo e Embalagem, Gemas e Jóias, Mobiliário, Produtos e Vestuário.

184 PROGRAMA SEBRAE DESIGN. *Edital Via Design 01-2002*. Brasília: SEBRAE/UF. 2002.

O papel da autora neste programa foi a elaboração de proposta para obtenção de financiamento junto ao Programa SEBRAE – Via Design, para a criação e implantação, no Estado de Minas Gerais, do *Núcleo de Inovação e Design em Artesanato* e suas respectivas *Oficinas de Design*, conforme Edital 01-2002 lançado em 26 de agosto de 2002 pelo SEBRAE Nacional.

Conforme foram apresentados, os projetos de capacitação de maior abrangência no Estado foram o Projeto Art'Estruturada e o Programa SEBRAE de Artesanato, que adotaram metodologias e procedimentos essencialmente similares no tocante às ações de design de produto em campo. O Centro CAPE e o SEBRAE são instituições independentes, mas frequentemente parceiras na elaboração e implantação de projetos de incremento do setor produtivo de base artesanal. A fase de implantação das ações de design de produto, nos dois projetos, foi o período em que a autora deste trabalho de pesquisa esteve atuando em campo de forma contínua.

Em 2003, foi realizada no município de Cipotânea, Minas Gerais, uma oficina de design de produtos destinada a atender a uma oportunidade de participação na Feira ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil, articulada pelo Centro CAPE e Projeto APEX – Agência de Promoção de Exportações. O artesanato em palha de milho feito no município de Cipotânea é uma tradição. É um ofício onde predomina o trabalho das mulheres. Dentre os produtos encontrados podemos citar como exemplos os fôrros de mesa, bomboneiras, baús, cortinas, tapetes, bolsas, arranjos de flores. A oficina foi realizada com o grupo da associação de artesãos instituída na primeira fase do Projeto Art'Estruturada, em 1998.



Figura 19 - Produtos em palha de milho já confeccionados por artesãs de Cipotânea, MG.

Fonte: arquivo pessoal. 2003.

O trabalho em campo foi conduzido com a participação de dois profissionais em design de produto, sendo um deles um profissional da área de design de acessórios de moda, aluno da Escola de Design da UEMG. Os principais procedimentos metodológicos foram a realização de uma visita de reconhecimento local, a conceituação dos produtos, a prototipagem, realizada em duas etapas sendo intermediada por uma etapa de avaliação, e a avaliação final dos resultados.



Figura 20 - Produtos desenvolvidos na oficina realizada em Cipotânea, MG.

Fonte: arquivo pessoal. 2003.

### **- Centro de Integração Design Empresa/ED-UEMG**

O Centro de Integração Design Empresa – Centro IDE, entidade da Escola de Design da UEMG, tem como objetivo a promoção de mecanismos de inserção do design em diferentes setores do Estado de Minas Gerais, através da implantação de metodologias e procedimentos de capacitação e inserção de alunos, professores e profissionais de design egressos da UEMG nas empresas mineiras. No decurso de suas atividades foi crescendo a demanda por projetos de desenvolvimento de produtos de base artesanal, quando, em setembro de 2003, foi criada uma coordenação em Design e Artesanato, trabalhando consonante com a metodologia de atuação integrada do Centro IDE.

Este núcleo de estudos em Design e Artesanato tem por objetivo a pesquisa, planejamento e desenvolvimento de produtos, de maneira integrada, interdisciplinar e interinstitucional, estabelecendo metodologias de trabalho a partir de diagnósticos específicos que contemplem as peculiaridades socioculturais e econômicas de grupos produtivos de base artesanal. As equipes envolvidas nos projetos apresentados a seguir – Projeto Pitangaporã, Projeto Gutenberg e GPBarTE, foram compostas por alunos dos cursos de design de produto e de design gráfico, com o apoio e acompanhamento de professores das respectivas áreas de conhecimento.

O Projeto Pitangaporã, estudo de caso desta pesquisa<sup>185</sup>, é um programa de capacitação que consiste na elaboração e coordenação das ações de desenvolvimento de produtos de base artesanal, implantado no período compreendido entre setembro de 2003 a dezembro de 2004. O grupo de artesãos participante é formado por integrantes de famílias de baixo poder aquisitivo, com crianças portadoras de necessidades especiais. De janeiro a novembro de 2005, o trabalho da pesquisadora junto ao grupo foi o de acompanhamento das ações de continuidade. As instituições envolvidas no projeto, além da UEMG, foram a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte – PBH, e o Centro de Educação Especial - Clínica INAPLIC.

O Projeto Gutenberg, realizado para a PBH durante o período de outubro de 2003 a junho de 2004, teve como o objetivo de capacitação de jovens na faixa etária de 15 a 22 anos, residentes na regional centro-sul, mais precisamente no Aglomerado da Serra, desenvolvendo habilidades para as atividades de restauração, técnicas de conservação e encadernação de livros. O projeto, que integrava o Programa Liberdade Assistida<sup>186</sup> e foi financiado por Furnas Centrais Elétricas, foi realizado na própria comunidade. Esse grupo produtivo, formado por 11 adolescentes, teve como matéria-prima o papel reciclado produzido artesanalmente pelo grupo Arte e Papel, outro grupo produtivo apoiado pela PBH, que domina técnicas de confecção que utilizam fibras como o cânhamo, alho, coco, marcela e cebola.

A ação inicial para o Projeto Gutenberg foi a realização de uma oficina de criatividade voltada para o desenvolvimento de novos produtos trabalhando os aspectos estéticos e funcionais. O objetivo foi trabalhar e reforçar junto aos participantes, a importância, o significado e as funções do conceito de identidade, nos planos individual, cultural e do produto propriamente dito, visando melhoria da competitividade e a valorização do setor artesanal. As atividades de desenvolvimento de produtos foram elaboradas com a atenção voltada para os aspectos de identidade, viabilidade de produção, mercado e comportamento empreendedor. A oficina teve uma carga horária de 24 horas, distribuídas em seis dias consecutivos. As ações de continuidade consistiram no acompanhamento do grupo por um aluno do curso de design gráfico, estagiário do Centro IDE, que desenvolveu junto com alguns dos integrantes do grupo uma marca para o projeto.

---

185 Ver Capítulo 5

186 O Programa Liberdade Assistida é uma das medidas sócio-educativas previstas no Estatuto da Criança e do Adolescente, determinada a jovens de 12 a 18 anos que cometeram algum tipo de infração. Ao invés de ficarem isolados do convívio social, continuam morando com suas famílias e, ao mesmo tempo, são acompanhados por técnicos e pessoas da própria comunidade, em um trabalho de reabilitação. O Programa foi implantado em abril de 1998, pela Secretaria Municipal de Assistência Social – PBH, em parceria com o Juizado da Infância e da Adolescência e a Pastoral do Menor.



Figura 21 - Projeto Gutenberg.

Fonte: arquivo pessoal. 2003/2004.

O GPBArte, criado em agosto de 2004<sup>187</sup>, tem como objeto de pesquisa os aspectos técnicos, organizacionais e sociais em aglomerados produtivos de base artesanal. Com o objetivo de potencializar a geração de oportunidades de negócios, trabalho e renda, este grupo propõe a aplicação de técnicas de gestão, desenvolvimento de produtos, ergonomia e saúde do trabalhador, análise do desenvolvimento econômico, estratégias associativas e meio ambiente, como ferramentas voltadas ao incremento quantitativo e qualitativo da produção artesanal. De caráter interinstitucional e multidisciplinar, o GPBArte é formado por professores, pesquisadores associados e alunos da Universidade Federal de São João Del Rei – UFSJ, da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG e da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG. O grupo integra a equipe do CTPA, parceria da UFSJ e do Centro CAPE, através de sua inserção no Projeto “Rede de Aglomerados Produtivos de Base Artesanal”. O grupo atua em projetos de pesquisa e extensão buscando responder às demandas geradas pelas associações de produtores locais. As ações, desenvolvidas em diferentes áreas, são articuladas em função do objetivo geral do grupo de compreender os problemas ligados à produção artesanal e gerar soluções de melhoria.

O Projeto “Rede de Empreendimentos de Base Artesanal em Aglomerados Produtivos”, objetiva analisar as potencialidades, características dos empreendimentos e dos empreendedores de base artesanal da microrregião do Campo das Vertentes – MG. As primeiras pes-

187 O GPBArte foi cadastrado no CNPq em maio de 2005.

quisas em andamento buscam responder às demandas das associações de trabalhadores e de produtores das cidades da região. Em Resende Costa uma das demandas relaciona-se às crescentes queixas de dores musculoesqueléticas por parte dos artesãos. Em São Tiago os produtores demandam o desenvolvimento de novos produtos e embalagens. Nas duas cidades existem outras oportunidades de ação, como na gestão e modernização dos processos, redução dos impactos ambientais e outros aspectos que podem ser encontrados em todos os municípios da região. O GPBArte tem participado de seminários promovidos pelo CTPA, realizados na UFSJ. Estes seminários tiveram por finalidade apresentar e discutir os resultados dessas e de outras pesquisas, e das ações realizadas por todas as equipes que integram o CTPA, com a finalidade de avaliação das metodologias e dos processos de condução das pesquisas, e de avaliação dos resultados alcançados.

Neste período de realização de trabalhos em campo, de 1997 a 2004, foi possível vivenciar diferentes metodologias de intervenção em design de produto. Essas experiências proporcionaram diferentes resultados, cada uma em função dos objetivos estabelecidos em cada projeto. No entanto, de acordo com o tema desta pesquisa, que trata de uma análise sobre a inserção de metodologias de design de produto no setor produtivo de base artesanal, é possível reconhecer que as atividades desenvolvidas com matérias-primas específicas e metas claras, estabelecidas junto com grupo de artesãos, foram as que trouxeram resultados mais imediatos no tocante ao envolvimento dos participantes e ao processo de desenvolvimento de novos produtos, e, por essa razão, foram de grande importância no momento de construção de um plano de trabalho para o estudo de caso Projeto Pitangaporã.





## Projeto Pitangaporã: estudo de caso

### 5.1 - HISTÓRICO - PROGRAMA MURIKI

*Muriki* em tupi-guarani significa *criatura feliz*. O Programa Muriki<sup>188</sup> nasceu em 1999 da integração de cinco propostas de trabalho apresentadas pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância - UNICEF, e viabilizada pela Campanha “Criança Esperança 98”. O Programa é desenvolvido por instituições da sociedade civil em parceria com a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte - PBH, de acordo com as diretrizes legais do Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Belo Horizonte, Conselho Municipal de Assistência Social e do Conselho Municipal dos Direitos da pessoa Portadora de Deficiência. O Programa, que é desenvolvido no município de Belo Horizonte, localizando-se nas regionais Norte, Nordeste, Noroeste, Leste e Venda Nova, pretende constituir-se numa referência metodológica de política pública de promoção e inclusão da criança e do adolescente com deficiência na comunidade.

O objetivo geral consiste em implementar grupos produtivos com as famílias das crianças e adolescentes portadores de necessidades especiais, planejando e desenvolvendo atividades de geração de renda. Neste contexto, a proposta é (a) possibilitar o fortalecimento de vínculos da criança e do adolescente com a família, e desta no contexto comunitário, (b) trabalhar os princípios de independência, autonomia e cidadania com as famílias envolvidas

---

188 PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. *Programa Muriki – resultados do período de 2000 a 2002*. Secretaria Municipal de Planejamento – Belo Horizonte: Prefeitura Municipal. 2002.

e, (c) promover a inserção das famílias no mundo da geração de renda e inserção na comunidade econômica local, através da confecção e venda de produtos de base artesanal.

O eixo metodológico do Programa Muriki é o serviço de apoio sócio-familiar e de articulação de rede comunitária como estratégia de desenvolvimento social, ético, político, e cultural. A estrutura de trabalho consiste na identificação das famílias e formação de grupos, desenvolvimento destes grupos com encontros semanais enfocando temas de seus interesses voltados para atividades de oficinas produtivas, capacitação nas técnicas de confecção dos produtos, capacitação sobre o processo de venda e formação de parcerias na comunidade, pontos de comercialização e de captação de recursos, e assessoria para o gerenciamento autônomo dos grupos em modelos associativistas e outros.

O perfil dos participantes acompanhados pelo Programa Muriki caracteriza-se pela presença predominante do público feminino – cerca de 95%, na faixa etária entre 35 a 44 anos. O nível de escolaridade com ensino fundamental completo é em torno de 7%, e com ensino fundamental incompleto é em torno de 65%. Os dados sobre a situação no mercado de trabalho mostram que 58,75% estão desempregados, 10,2% tem vínculo empregatício e 13,66% fazem “biscate”, ou seja, realizam trabalhos ocasionais. O valor médio da renda familiar é de 2,32 salários mínimos, com uma média de 5 membros por família - cerca de 0,46% *per capita*<sup>189</sup>.

## 5.2 - AÇÃO MULTIDISCIPLINAR INTEGRADA E INTERINSTITUCIONAL – DIAGNÓSTICO INICIAL

Em setembro de 2003, o Centro de Integração Design Empresa, da Escola de Design da UEMG, foi procurado pelas coordenações do Programa Muriki, o Centro de Educação Especial - Clínica INAPLIC, e a Gerência de Preparação para a Inclusão Produtiva - GEINP / PBH, com a solicitação de apoio de uma instituição de ensino com enfoque no desenvolvimento de produtos. Especificamente no que diz respeito à implementação de uma atividade produtiva em uma comunidade menos favorecida socioeconomicamente, e no tocante à inserção de produtos no mercado com fins de geração de trabalho e renda, foi levantada a disponibilidade dos grupos para o processo de capacitação e estabelecidos os principais critérios para a seleção de técnicas produtivas artesanais: facilidade na aquisição de matéria-prima e viabilidade de produção.

Além dessas informações iniciais, a PBH e a Clínica INAPLIC, a partir daqui denominados como cliente<sup>190</sup>, apresentou uma proposta de trabalho elaborada para dar início às atividades de desenvolvimento de produto. Tratava-se de um concurso onde os alunos da Escola de Design da UEMG interessados nesta área de atuação pudessem desenvolver propostas de produtos para serem feitos pelos grupos de famílias envolvidos. No entendimento da equipe de coordenação do Centro IDE, se for considerado que o objetivo principal é

---

189 PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. *Programa Muriki – resultados do período de 2000 a 2002*. Secretaria Municipal de Planejamento – Belo Horizonte: Prefeitura Municipal. 2002.

190 Cliente: aquele que usa os serviços ou consome os produtos de determinada empresa ou de profissional (DICIONÁRIO AURÉLIO, 1999)

criar um grupo produtivo autônomo, esta estratégia não estaria adequada, pois tratava-se de uma ação imposta e não de uma ação construída pelos principais atores envolvidos, os futuros artesãos. Cumpre lembrar que este é um aspecto característico da metodologia de pesquisa-ação, adotada no trabalho<sup>191</sup>.

A proposta de parceria foi de encontro à proposta de atuação do Centro IDE/UEMG, pois trataria do planejamento integrado de produtos, de reverter o conhecimento gerado em uma instituição pública de ensino superior para a sociedade, e de complementar a formação de seus alunos, através de estágios supervisionados por uma equipe de professores em suas respectivas áreas de competência. As ações de Design e Artesanato propostas pelo Centro IDE abrangem a análise das atuais condições da produção artesanal perante um novo cenário mercadológico, suas exigências sobre os aspectos que compõem a qualidade do produto e o atendimento a uma crescente demanda. Conforme já foi dito anteriormente, com intervenções cada vez mais constantes, a atividade de design de produto é considerada aqui como importante contribuição nesse processo de adequação, visto o seu enfoque de atuação voltado para a inovação, para o sistema produtivo e para a gestão. Uma nova proposta de trabalho e pesquisa foi elaborada e apresentada ao cliente. Em função do andamento das atividades, do aumento do prazo de implementação, e do recurso financeiro disponível, esta proposta foi dividida em três etapas: (1) ações implementadas simultaneamente nas cinco regionais, (2) ações implementadas quando os participantes formam um só grupo de trabalho, e (3) análise da produção.

### 5.3 - METODOLOGIA PARA O PROGRAMA MURIKI

Com base no diagnóstico apresentado pelo cliente e de sua respectiva complementação de informações focada no desenvolvimento de produtos para um segmento produtivo artesanal, foi elaborado um plano de trabalho tendo como referências as metodologias de design de produto, do processo criativo e da pesquisa-ação, buscando integrar as suas respectivas peculiaridades.

As metodologias de design de produto, segundo Lobach<sup>192</sup>, Munari<sup>193</sup> e Baxter<sup>194</sup>, tratam de estabelecer os procedimentos da atividade projetual. A partir da identificação de um problema ou de uma oportunidade de mercado, são determinadas as especificidades técnicas seguindo o esquema clássico das etapas de projeto adaptado ao setor artesanal: pesquisa, geração de ideias de produtos, seleção, prototipagem, avaliação e revisão.

A aplicação da metodologia do processo criativo neste projeto tem o papel de facilitar para o participante a compreensão de sua capacidade criativa que, segundo Parnes<sup>195</sup>, trata-se de um processo natural que, como qualquer outro, precisa ser estimulado. A estrutura metodológica foi trabalhada com base no denominado Sistema RCD – Resolução Criativa de

191 THIOLLENT, Michel. *Metodologia da Pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez Editora. 1997.

192 LÖBACH, Bernd. *Diseño Industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 1981.

193 MUNARI, Bruno. *Design e Comunicação Visual*. São Paulo: Martins Fontes. 1979.

194 BAXTER, Mike. *Projeto de Produto*. 1. ed. São Paulo: Ed. Edgar Blucher. 1995.

195 PARNES, Sidney J. Parnes. *Optimize – The Magic Of Your Mind*. New York: The Creative Education Foundation in association with Bearly Limited. 1997.

Desafios<sup>196</sup>, com ênfase no comportamento criativo, no pensamento atitudinal, valorizando o repertório cultural do indivíduo e, neste estudo de caso, do grupo de participantes, gerando e organizando ideias em direção a um objetivo.

A metodologia de pesquisa-ação<sup>197</sup> foi identificada como a mais apropriada para os objetivos desta proposta de trabalho, visto que os programas de apoio à produção artesanal são realizados com o objetivo de atender a grupos de artesãos nas suas comunidades. A implementação do plano de ações está aliada aos procedimentos de execução, verificação, avaliação e revisão. Todas as etapas foram estabelecidas e construídas em um esforço conjunto entre o cliente, as coordenações do projeto, os estagiários e o grupo participante caracterizando, dessa forma, uma ação coletiva voltada para a prática da transformação de fim social, educacional e técnico.

#### **5.4 - PRIMEIRA ETAPA - PERÍODO: OUTUBRO DE 2003 A JUNHO DE 2004**

O prazo dado pelo cliente para a primeira etapa foi de cinco meses ao todo, sendo três meses para as Regionais Leste, Norte e Venda Nova, e dois meses para as Regionais Noroeste e Nordeste. Os encontros com os participantes foram realizados uma vez por semana, tendo duas horas de duração. Durante o resto da semana os participantes davam continuidade às ações em casa. As ações referentes à implantação de um concurso entre os alunos da Escola de Design foram iniciadas em outubro de 2003, em uma primeira instância, de forma paliativa, quando alguns dos alunos estagiários do Centro IDE apresentaram uma proposta de produto – um porta CD em papelão. Enquanto isso uma nova proposta metodológica foi sendo elaborada. Isso se deve à necessidade imediata de iniciar atividades práticas de desenvolvimento de produto em função da preocupação do cliente com as expectativas dos grupos e o risco de dispersão.

Passado este primeiro momento, em novembro, foi então iniciado o novo plano de trabalho formatado pela coordenação das ações de design e artesanato do Centro IDE. A estrutura metodológica de design de produto foi adotada como a referência central destas ações, associada às experiências adquiridas nos trabalhos de campo voltados para o desenvolvimento de novos produtos de base artesanal. O método de pesquisa-ação e os princípios da metodologia do processo criativo foram concatenados à estrutura central do planejamento visando estabelecer uma relação de flexibilidade no processo de implantação do projeto e na relação entre os seus principais atores. Este plano de trabalho as atividades a seguir.

- (Re) Apresentação do Projeto para os participantes: objetivo a ser alcançado e os procedimentos recomendados – compromisso, trabalho em equipe, nível de qualidade pretendido, consumidor, valor do produto artesanal. Os primeiros momentos com o grupo foram dedicados à realização de reuniões para a exibição de vídeos,

---

196 CARVALHO, José Leão. Pensamento Atitudinal e Metodologia do Processo Criativo. *Apostila do Curso Básico do Instituto Latino Americano de Criatividade e Estratégia*. São Paulo: ILACE. 1988.

197 THIOLLENT, Michel. *Metodologia da Pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez Editora. 1997.

para a realização de exercícios de análise de produto com a apresentação de tipos diferentes de artesanato, e para promover discussões e reflexões em grupo.

- Técnicas artesanais: repasse das técnicas “fru-fru” e papel machê, inicialmente propostas por atender às condições iniciais de produção e à facilidade de aquisição. Para a definição dessas técnicas foi feita uma pesquisa pelos alunos estagiários do projeto.
- Aprimoramento: aprimoramento técnico a fim de possibilitar o alcance do nível de qualidade pretendido, através da repetição e da experimentação dos procedimentos de preparo da matéria-prima, de seu manuseio e de acabamentos.
- Desenho: trabalho com a criatividade dos participantes respeitando o seu repertório cultural. Nos exercícios aplicados foram utilizados lápis de cor, canetas coloridas, tintas, cola e papel.
- Produto: trabalho com a criatividade dos participantes respeitando o seu repertório cultural e conhecer as demandas de mercado. Os desenhos propostos foram sendo aplicados gradativamente nas peças oriundas dos exercícios de aprimoramento técnico.
- Conceituação das propostas: definição de função, forma, tamanho, cores, acabamento, esmero, mercado. Foi realizado um *brainstorming*<sup>198</sup> para o levantamento de possibilidades de produtos que poderiam ser feitos com a técnica de produção adotada.
- Seleção de conceitos: escolha das propostas de acordo com critérios referentes à usabilidade, resistência, manutenção, viabilidade de produção e adequação ao mercado.
- Prototipagem: produção das peças selecionadas – produto + desenho. Nesta fase, a proposta é também iniciar uma produção em equipe.
- Mercado: (re) definição da estratégia de inserção do produto no mercado e comercialização. A proposta inicial é apresentar os produtos desenvolvidos no projeto através da realização de exposições e apresentá-los para lojas mais específicas do ramo.
- Seleção de produtos: escolha das peças de acordo com critérios já mencionados na seleção de conceitos;
- Avaliação: resultados alcançados – técnica, produto e trabalho em equipe.

A equipe responsável pela implementação destas ações foi composta por estagiários do curso de design de produto e de design gráfico orientados por um professor/coordenador. Os alunos de design de produto passaram por uma preparação antes do início das atividades com o grupo. O objetivo foi familiarizá-los com o contexto produtivo artesanal.

---

198 *Brainstorming*: técnica de reunião em que os participantes, usualmente de diferentes especialidades, expõem livremente suas ideias, em busca de solução criativa para um dado problema (DICIONÁRIO AURÉLIO, 1999).



Figura 22 - Inserção de técnicas artesanais – papel-machê.

Fonte: arquivo pessoal. 2003.

Foram propostas duas técnicas artesanais para dar início às atividades – primeiro o papel mache, uma técnica de modelagem com massa de papel, e em seguida o “fru-fru”, que tem como matéria-prima principal retalhos de tecidos. Considerando que o tempo disponível para a realização do trabalho junto com os participantes era muito reduzido, a experimentação de diferentes técnicas artesanais ficou reduzida a essas duas opções, que, como já foi dito, foram escolhidas após uma pesquisa preliminar. O uso da técnica do papel machê não teve aceitação imediata. Segundo os participantes, a massa era algo “melequento” e que fazia muita bagunça em casa. A técnica do “fru-fru” teve mais aceitação, mas com o andamento do treinamento foi percebida a dificuldade em manter a qualidade de acabamento. Esta técnica requer o uso de cola quente e, em pouco tempo, os participantes sentiram-se frustrados por não conseguirem obter o esmero necessário. A ausência de máquinas de costura também foi um dificultador. Diante destas dificuldades e dando prosseguimento às atividades previstas, os participantes perceberam que a técnica do papel mache proporcionava maior liberdade de criação e de procedimentos técnico-produtivos na construção dos produtos.



Figura 23 - Inserção de técnicas artesanais – “fru-fru”.

Fonte: arquivo pessoal. 2003

Definida a técnica produtiva, as atividades de aprimoramento, desenho, produto e conceituação foram encadeadas e, muitas vezes, simultâneas. Todos os estímulos estavam direcionados para o objetivo de criar novos objetos. O ponto de partida foi a realização de uma listagem aleatória de objetos que poderiam ser produzidos com o papel mache, sendo então selecionadas aquelas propostas que compatibilizavam o uso e a matéria-prima. Daí partiu-se para a elaboração destas primeiras propostas no que se refere ao tratamento gráfico, sendo que, para esta tarefa, o uso das cores verde, azul, vermelho, amarelo e preto era uma condicionante do Programa Muriki. Estas são as cores da marca do Programa. A partir dos esboços e conceitos de produto propostos, cada participante fez o trabalho de elaboração do produto final, ou seja, o planejamento construtivo e estético.

O passo seguinte foi partir para a experimentação de produção.

Segundo os participantes, o que eles esperavam deste primeiro momento era aprender técnicas menos trabalhosas e que permitissem a confecção de produtos mais simples como bijuterias e ímãs de geladeira, ou seja, peças que no entendimento deles seriam mais fáceis de vender. Já prevendo este tipo de percepção, foram apresentados exemplos de produtos artesanais considerados de qualidade pelo mercado consumidor. Para justificar a necessidade de se trabalhar peças mais elaboradas, desde o início das atividades a equipe da Escola de Design se preocupou em esclarecer os aspectos que agregam valor ao produto artesanal diferenciado através de visitas técnicas a pontos de comercialização, mais sofisticados e mais populares, direcionados para o segmento artesanal. Esta preocupação foi constante durante todo o período de realização do projeto e discutido frequentemente nas reuniões.





Figura 24 - Ideias iniciais – exercícios de desenho.

Fonte: arquivo pessoal. 2003.



Figura 25 - Exercícios de pintura sobre papel.

Fonte: arquivo pessoal. 2003.



Figura 26 - Exercícios de colagem: papel sobre papel.

Fonte: arquivo pessoal. 2003.



Figura 27 - Exercício de desenho aplicado na peça (sobre papel).

Fonte: arquivo pessoal. 2003.

As oficinas de trabalho iniciaram com uma média de 15 participantes para cada regional. O total de participantes das cinco regionais no final da primeira etapa foi de 13, sendo que este número representa os participantes diretos, ou seja, aqueles que participam das oficinas e das reuniões. Há alguns casos em que a atividade produtiva implementada envol-

veu outras pessoas da família. Pode-se dizer que parte da evasão ocorrida foi em função a um processo natural de seleção visto que nem todos tinham identificação com o trabalho artesanal. Outro ponto importante de ser ressaltado nesse sentido foi a necessidade de dedicação ao filho portador de deficiência em tratamento, e de pressões de familiares que não viam resultados imediatos de geração de renda.



Figura 28 - Seleção das propostas de tratamento gráfico das peças.

Fonte: arquivo pessoal. 2004.

No final da primeira etapa, em cada regional foi feita uma apresentação dos produtos resultantes das oficinas. De um total de aproximadamente 50 propostas, 20 foram selecionadas para iniciar a produção – peças decorativas e utilitárias. Neste momento de seleção alguns participantes ficaram preocupados pelo fato de suas peças não terem sido escolhidas, gerando um sentimento de frustração. Os critérios que determinaram as escolhas foram esclarecidos e foi sugerido então a criação de um banco de ideias com o acervo das peças restantes.



Figura 29 - Geração de ideias.

Fonte: arquivo pessoal. 2004.

As peças são feitas na residência de cada participante, ou seja, trata-se de uma produção pulverizada. Isto foi uma condicionante do projeto visto a necessidade de cuidados com o filho portador de deficiência. Este fato gerou dificuldades no controle de qualidade para o preparo da massa de papel, para a pintura, para o estabelecimento de um padrão de acabamento final, mas não impediu que esta meta fosse alcançada. Dentre as propostas de padrões de pintura criadas pelos participantes foi feita a seleção para uma primeira coleção, foi feita a normatização da massa, e durante os encontros semanais, havia um tempo reservado para a avaliação dos resultados alcançados.

Com base nas observações feitas em trabalhos de campo em diversos projetos voltados para o incremento do artesanato, os artesãos buscam inicialmente por resultados mais imediatos, talvez em função da necessidade de gerar renda, talvez em função de serem pessoas movidas por atividades práticas, ou talvez em função de estarem desacreditados de ações institucionais que apoiaram o setor e não trouxeram benefícios reais a estes cidadãos. No caso do Projeto Pitangaporã, estes foram também alguns dos aspectos que provocaram a falta de compromisso com as tarefas a serem realizadas em casa. Esta foi uma questão relevante, e que era frequentemente levantada para discussão com o grupo. Os principais pontos discutidos foram: prejuízo da produção, a complementaridade das tarefas, e o trabalho em equipe, ou seja, a responsabilidade do indivíduo perante o grupo. As dificuldades em estabelecer critérios de qualidade final do produto relacionam-se também com a falta de referências dos participantes no tocante ao que é considerado como elementos qualita-

tivos para o mercado consumidor. Neste sentido, foi proposto levar os participantes para conhecer alguns dos principais pontos de venda de produtos artesanais e eventos afins para a realização de uma análise de similares, quando os participantes tiveram a oportunidade de conhecer e analisar diferentes matérias-primas, técnicas de acabamento, função e funcionalidade, e aspectos diferenciais formadores da identidade de procedência do produto. Alguns encontros foram realizados na Escola de Design, onde eles conheceram todos os núcleos e centros de trabalhos e estudos. O objetivo foi também de aproximá-los a uma instituição de ensino e pesquisa.

Em paralelo às atividades práticas de desenvolvimento de produto, o projeto de design gráfico foi direcionado para a elaboração de peças gráficas que pudessem reforçar os valores sociais agregados e garantir uma apresentação para o mercado consumidor que denotasse o profissionalismo dos artesãos envolvidos. Estas peças foram o *tag*, ou etiqueta de contextualização, selo, sacolas e camisetas. Apesar do projeto disponibilizar de recursos financeiros para este fim, o projeto gráfico foi inviabilizado em função das restrições impostas pela profissional que desenvolveu a marca do Programa Muriki. O Centro IDE apresentou então a proposta de desenvolvimento de um novo nome e uma nova marca junto com o grupo de participantes, agora artesãos, de acordo com as suas características e suas necessidades de aplicação. A proposta foi aceita pelo cliente. Foi vontade dos artesãos continuarem trabalhando com o mesmo padrão de cores. Nasce então o Grupo Pitangaporã – *Pitangaporã*, que em tupi-guarani significa *criança bonita*.



Figura 30 - Exemplos de produtos selecionados.

Fonte: arquivo pessoal. 2003.

## 5.5 - SEGUNDA ETAPA - PERÍODO: JULHO DE 2004 A DEZEMBRO DE 2004

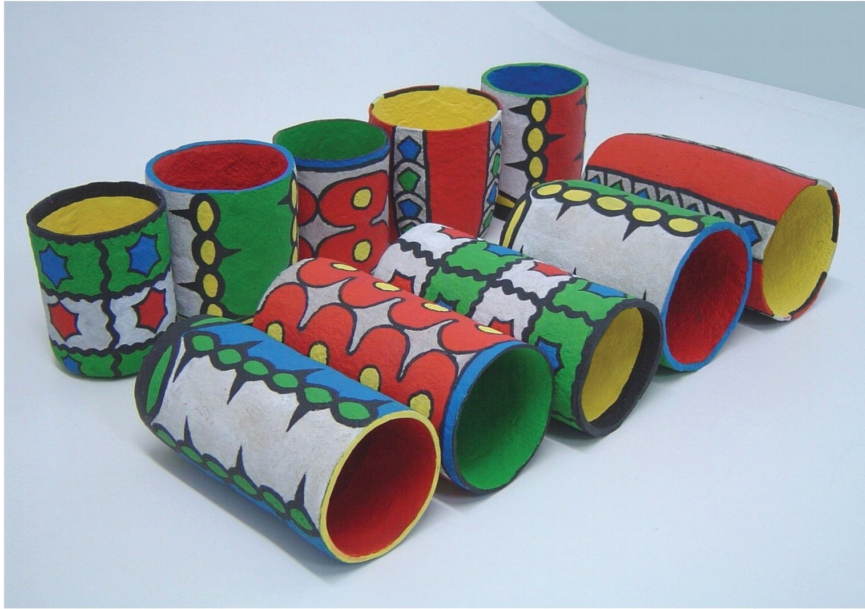


Figura 31 - Exemplos de produtos selecionados.

Fonte: arquivo pessoal. 2003.

Definidas as ações para esta etapa, antes do início das atividades, foi definido também o novo local onde seriam realizados os encontros de continuidade dos treinamentos, a finalização das peças, o estoque da produção, e que ainda poderia servir como uma referência para aqueles interessados em adquirir os produtos. Localizado em uma das unidades de apoio da PBH, este espaço colocado à disposição do Grupo Pitangaporã no período da tarde, a princípio, até julho de 2005. Em seguida, com o reconhecimento da equipe da PBH de que o grupo ainda não havia alcançado a maturidade necessária para ser auto-sustentável, este período foi prorrogado para dezembro de 2005.

As atividades previstas para esta 2<sup>a</sup>. etapa estão relacionadas a seguir:

- Aprimoramento e Nivelamento: aprimoramento técnico – matéria-prima, processo de produção e tratamento estético da peça; nivelamento técnico-produtivo do grupo, uma vez que havia diferenças de produção entre as regionais.
- Produção: definição de local e organização da produção no tocante às condições de trabalho, aquisição e preparação de matéria-prima, divisão de tarefas;
- Mercado: (re) definição da estratégia de inserção do produto no mercado e comercialização;
- Apresentação dos resultados: divulgação do andamento das atividades de pesquisa e capacitação do Grupo Pitangaporã no meio acadêmico e instituições afins;
- Avaliação: resultados alcançados – técnica, produto, produção e trabalho em equipe.

A equipe do Centro IDE responsável pela continuidade da implementação das ações de desenvolvimento de produto manteve-se composta por estagiários do curso de design de produto e de design gráfico, todos sob a orientação do mesmo professor/coordenador. Nesta etapa não foi pré-estabelecido um cronograma em função do grau de aceitação dos produtos pelo mercado consumidor e do processo de adaptação destes novos artesãos a uma rotina diária de produção estabelecida junto com toda a equipe do projeto.

O primeiro passo foi fazer com que o grupo se concentrasse na produção das peças selecionadas na 1ª. etapa. Alguns artesãos não paravam de criar novas propostas de produto. Principalmente para aqueles que não tiveram suas peças escolhidas em um primeiro momento, surgiu uma necessidade de “mostrar trabalho”, fato que estava comprometendo o reinício da produção. Os produtos desenvolvidos pelo Grupo geraram encantamento pelos resultados estético-formais em um público diverso – vizinhos, professores, alunos, funcionários da Prefeitura de Belo Horizonte, designers de interiores e, principalmente para a equipe de coordenação do Projeto – Clínica INAPLIC, GEINP e Centro IDE. A estratégia de inserção dos produtos no mercado traçada inicialmente focava a comercialização dos produtos em lojas especializadas em produtos artesanais, lojas de adornos e eventos específicos do setor artesanal. Em função da ansiedade do grupo em iniciar a comercialização dos produtos, e do conseqüente risco de dispersão dos participantes, a GEINP-PBH propõe a solicitação de um espaço na Feira de Artes e Artesanato da Av. Afonso Pena. Esse evento é realizado aos domingos, sendo um dos principais e tradicionais pontos de venda de produtos artesanais na capital mineira, que reúne cerca de 2800 expositores e apresenta uma circulação média de 60 mil pessoas.



Figura 32 - Feira de Artes e Artesanato da Av. Afonso Pena, Belo Horizonte.

Fonte: arquivo pessoal. 2004.

Em datas comemorativas, como por exemplo, o Dia das Mães, ou o período das festas de fim de ano, este número chega a 100.000 visitantes<sup>199</sup>. Como candidato a expositor, o Grupo Pitangaporã teve de passar por um comitê avaliador para a apresentação da técnica e de uma amostragem dos produtos. A inicialização do grupo no contato direto com o cliente e com o dinheiro das vendas foi um aprendizado necessário de ser provocado. Com o início das vendas os artesãos ganham novo ânimo, porém, houve algumas consequências imediatas. O grupo, na expectativa de garantir mais vendas, aceitou inicialmente encomendas que atendiam aos critérios do cliente, como por exemplo, mudança de cor e alteração do material de acabamento final. Este fato levou a se discutir novamente a importância de estabelecer uma referência de procedência para o produto artesanal.

Além deste ponto de venda foram articuladas também outras opções de comercialização. No entanto, isso exigia o aumento da produção para atender a essas demandas. A pressão para o aumento da produção não foi bem recebida pelos artesãos, tanto que a produção não havia aumentado. Diante disto, o grupo decidiu focar a comercialização de seus produtos somente na feira da Av. Afonso Pena uma vez que não estavam conseguindo suprir a quantidade de produção mínima necessária. Passada essa instabilidade inicial, o grupo consegue se restabelecer em produtividade e na melhoria da qualidade, o que de fato, resultou em dois dias de sucesso na vendagem.

Dado o sucesso de venda, o grupo se depara com um novo problema: o estoque se esgotara e teriam agora que produzir o mesmo número de peças em 15 dias. O grupo se agita em uma produção disparada o que decorreu em uma significativa queda de qualidade dos produtos. Neste momento de confusão foram perdidas muitas referências das peças-piloto gerando produtos totalmente diferentes daqueles que compunham a linha anteriormente definida. Os artesãos sentiram-se frustrados quando os técnicos responsáveis “barraram” a grande maioria dos produtos que iriam para a Feira. Foi então na segunda quinzena do mês de dezembro de 2004 que o grupo percebe o quanto o desnivelamento na produção resultou na insatisfação do cliente na hora da compra. Neste momento, fica claro para o grupo, que o produto de baixa qualidade não tem boa vendagem qualquer que seja o ponto de venda. Com as vendas o Grupo Pitangaporã começa a se preocupar mais com os seus aspectos administrativos – quem vai administrar o dinheiro, de que maneira, como o grupo vai se formalizar, dentre outros. Neste momento a GEINP inicia os treinamentos voltados para estes aspectos.

O projeto de design gráfico foi novamente elaborado, agora com o nome e a marca *Pitangaporã*. Foram confeccionados cartões de visita, *tag*, selos e camisetas. O objetivo aqui continua sendo o de contribuir para uma apresentação satisfatória e profissional dos produtos e do grupo, e para firmar a identidade de procedência construída.

---

199 PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. *Estatísticas & Informações*. Disponível em: <http://portal4.pbh.gov.br/pbh>. Acesso em: jan. 2006.





Figura 33 - Marca elaborada para o Grupo Pitangaporã.

Fonte: Centro IDE / UEMG. 2004.

A defesa apresentada pelos alunos do curso de Design Gráfico, estagiários do Centro IDE – UEMG, é apresentada a seguir:

*A marca do Pitangaporã surgiu primeiramente do significado do seu nome: criança feliz. A partir disso, das propostas do projeto foi elaborado um conceito a ser representado: alegre, criança, criatividade e movimento.*

*Buscando sintetizar esse conceito, a criança em movimento foi incluída na marca, apropriando-se de elementos gráficos utilizados pelos participantes do projeto em seus produtos, como o contorno preto e as formas geometrizadas.*

*A cor vermelha foi escolhida por ser vibrante e expressiva, mas também pelo significado em absoluto de pitanga: vermelho.*

*A tipografia usada sugere a alegria e o movimento conceituados. A “cabeça” da forma humana pode ser vista como um sorriso ou como uma “cabeça aberta”, retomando o conceito de criatividade.<sup>200</sup>*

200 Referência bibliográfica:

- DONIS, A. Donis. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Fontes. 1991;
- GUIMARÃES, Luciano. A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume. 2000;
- PEDROSA, Israel. Da Cor a Cor inexistente. Rio de Janeiro: Léo Christiano Editorial Ltda. 1982;
- BUENO, Silveira. Vocabulário Tupi-Guarani Português. São Paulo: Brasilivros Editora e Distribuidora Ltda. 1984.

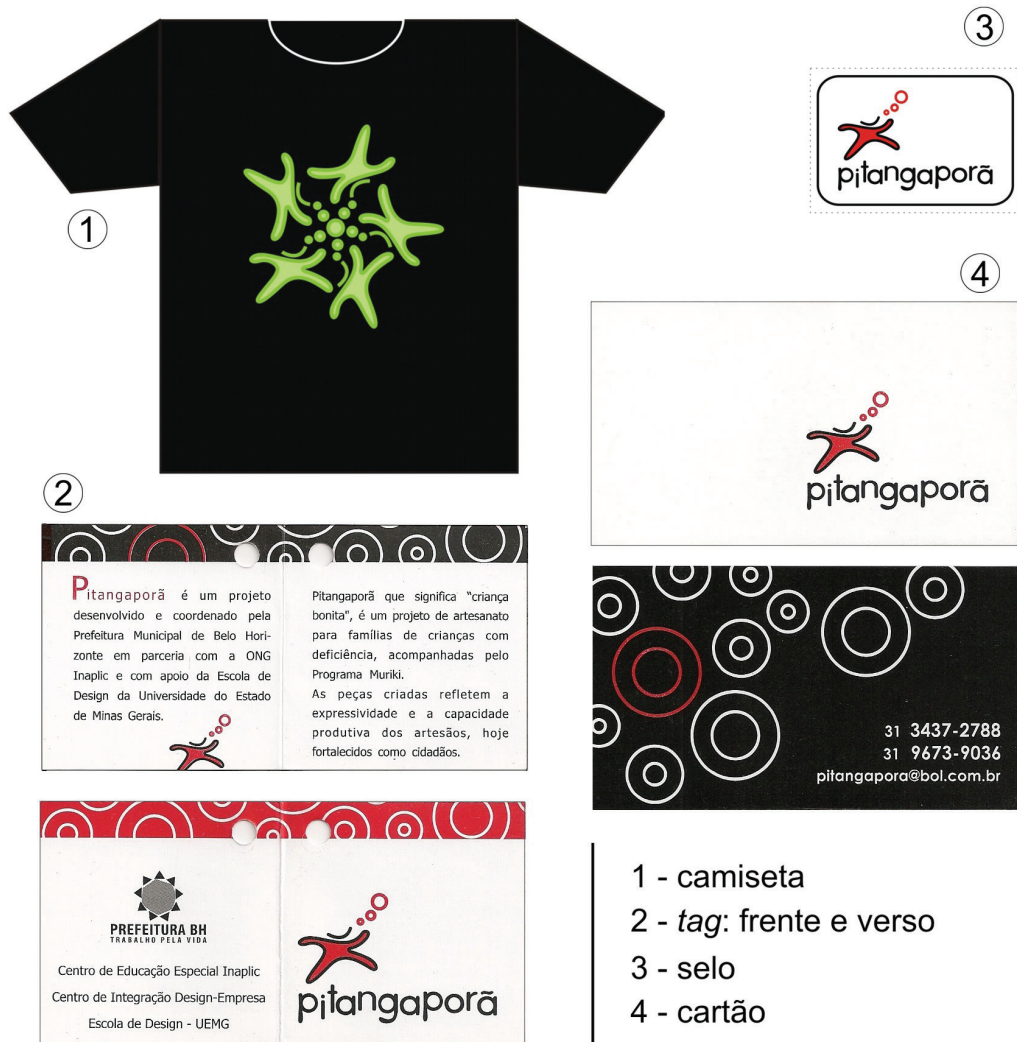


Figura 34 - Aplicações da marca.

Fonte: Centro IDE. 2004.

Nesta segunda etapa foram realizados alguns eventos que iniciaram o processo de apresentação do Projeto Pitangaporã também para o meio acadêmico. Através da UEMG, em setembro de 2004, foi realizada a gravação de um programa de televisão denominado “Unidiversidade”. Esta foi uma iniciativa do Canal Saúde junto com a FIOCRUZ (RJ). Em outubro a equipe do Centro IDE realiza uma palestra apresentando a metodologia de trabalho adotada neste projeto no evento denominado “Minastec”, promovido pelo SEBRAE-MG, direcionado para profissionais e estudantes das áreas de desenvolvimento de produtos. Neste mesmo período, a administração do Shopping Minascasa convida o Grupo Pitangaporã para participar do Concurso “Árvore de Natal”. A proposta confeccionada ficou em exposição até o início do mês de janeiro.

Um aspecto interessante e importante para a nossa avaliação é o fato do Grupo Pitangaporã decorrer em um sub-grupo de produção. Trata-se do envolvimento de integrantes

da família de uma artesã, sendo que cada membro desempenha uma função mais específica e todos estão integrados. Enquanto um se preocupa em desenvolver uma maneira de preparar mais massa de papel de uma vez, o outro tem facilidade de elaborar desenhos, outro se aprimora na pintura, e assim por diante, mas todos têm o domínio de todo o processo. A artesã, neste caso, além de produzir, assume o controle destas atividades. É visível a sua preocupação em repassar as informações e os conhecimentos gerados no grupo principal do Projeto. A diferença principal entre os dois grupos está no processo de formação. O subgrupo foi formado de maneira mais espontânea, ou seja, além da proximidade física de seus integrantes, é maior o número de afinidades entre eles.

## 5.6 - TERCEIRA ETAPA - PERÍODO: MARÇO A OUTUBRO DE 2005

Em decorrência de questões político-administrativas provocadas pelo período de eleições municipais, realizadas em outubro de 2004, foi suspensa, em janeiro de 2005, a parceria entre a GEINP-PBH com o Centro IDE-UEMG, a entidade responsável pelas ações de desenvolvimento de produto junto ao Grupo Pitangaporã. Essa foi uma situação que provocou desconforto e inquietação para a equipe do Centro IDE visto que esta atitude provocaria a interrupção de uma estratégia e de um método de trabalho cujos princípios foram adotados para se alcançar não só produtos artesanais de qualidade, mas uma organização produtiva que considerasse o produto e o ambiente e as condições de trabalho do artesão. Diante dessas novas condições de projeto, esta terceira etapa se caracteriza pelo papel de observação assumido pela pesquisadora, ou seja, agora sem a interferência direta no desenvolvimento do Projeto.

O ambiente de trabalho e as condições em que ele se realiza são aspectos fundamentais para contribuir na formação da qualidade do produto, mas principalmente, sob a ótica da ergonomia, para a saúde do artesão, ou seja, para a qualidade de vida do artesão. Esta preocupação também é uma forma primordial de garantir a auto-sustentabilidade do Grupo. A ergonomia tem por objeto de estudo o trabalho, ou seja, as condições, os resultados, ou a própria atividade de trabalho que, conforme Guérin<sup>201</sup>, *não existem independentemente uns dos outros*.

O Projeto Pitangaporã é um novo processo de produção e de trabalho, é um sistema produtivo fragmentado e, por isso, merecedor de uma análise mais próxima. Os últimos resultados do Grupo em relação aos produtos e aos artesãos vieram a reforçar a necessidade dessa avaliação. Alguns produtos apresentavam-se com irregularidades formais discordantes do padrão de referência estabelecido, a saída de material para a confecção das peças não estava correspondendo ao número de peças produzidas, artesão com problemas crônicos de saúde estavam sem produção; estes aspectos reforçaram a necessidade de realização de um diagnóstico sobre esta atividade de trabalho concebida.

Diante disso, foi apresentada para o Grupo Pitangaporã uma proposta de trabalho elaborada pela coordenação das ações de design e artesanato do Centro IDE, em parceria com o Laboratório Integrado de Desenvolvimento de Produto – LIDEP, do Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Minas Gerais – DEP/UFMG. A

---

201 GUÉRIN, F. [et al.]. *Compreender o trabalho para transformá-lo: a prática da ergonomia*. São Paulo: Ed. Edgard Blucher / Fundação Vanzolini. 2004.

proposta trata de um projeto de iniciação científica envolvendo dois alunos do curso de Engenharia de Produção da UFMG, orientados pela coordenação do Projeto Pitangaporã do Centro IDE e pela coordenação do LIDEP. O objetivo é uma análise preliminar da produção artesanal realizado por este grupo de artesãos. O processo de análise consiste nas seguintes atividades:

- Conhecer o processo produtivo e de desenvolvimento de produto;
- identificação de problemas na produção;
- identificação de pontos fortes na produção;
- proposição de melhorias;
- apresentação dos resultados para o Grupo Pitangaporã e para a coordenação técnica da GEINP.

A proposta foi aprovada pelo Grupo apesar de alguns dos integrantes não terem simpatizado com a ideia de receber os alunos em suas residências. O diagnóstico inicial feito pelos estudantes foi baseado em entrevistas com as coordenações da GEINP e Centro IDE, com os técnicos da GEINP, e com os artesãos. Foram realizadas visitas aos locais de produção, ou seja, nas residências, onde além das entrevistas seria realizado o acompanhamento produtivo. Como foi dito anteriormente, o Grupo Pitangaporã é constituído por pessoas de classe baixa que possuem filhos portadores de deficiência. A maioria destas pessoas mora em bairros situados na periferia de Belo Horizonte, distantes uns dos outros, o que impossibilita um encontro diário.

As informações apresentadas a seguir foram compiladas do relatório final apresentado pelos estudantes envolvidos<sup>202</sup>.

### 5.6.1 - Descrição e análise da produção

Cada artesão produz as peças em sua própria residência e em dois dias da semana são realizados encontros do Grupo em local cedido pela Prefeitura. O material utilizado para a confecção das peças de papel machê é distribuído nessas reuniões semanais, onde o artesão diz a quantidade de peças a ser produzida por ele durante a semana e então recebe o material necessário. Cada artesão deve produzir a quantidade de peças planejada junto com o Grupo e de acordo com suas capacidades. As peças são produzidas totalmente ou parcialmente em casa. Peças não concluídas podem ser levadas ao Grupo, que contribui nesse processo de finalização, independentemente de quem tenha começado a produzi-las. Acabamentos no produto como verniz ou até a pintura, são comumente realizados pelo Grupo, desde que tenha obtido a aprovação dos coordenadores técnicos quanto à qualidade das peças.

Um modelo de gestão do trabalho inicia-se com a delegação de tarefas de registro e controle da quantidade de material entregue a cada artesão e da quantidade de peças retornadas ao grupo. Esta atividade, realizada inicialmente pela coordenação técnica, foi passada

---

202 VAZ, Ceres Ribeiro. Produção industrial e produção artesanal: semelhanças na metodologia de projeto de produto. *Projeto de Iniciação Científica: PIBIC/CNPQ*. Belo Horizonte: Departamento de Engenharia de Produção / UFMG. Período de realização: março de 2005 a fevereiro de 2006.

a um dos membros do Grupo. Quanto à avaliação da qualidade do produto, esta ainda é feita pela mesma coordenação, mas os próprios artesãos começam a desenvolver uma capacidade crítica referente à qualidade necessária às peças.

Os artesãos apresentam diferentes disponibilidades de tempo para a produção em casa, e esta disponibilidade pode variar de semana a semana para cada um deles de acordo com o estado de saúde dos filhos. O turno de trabalho também é variável, podendo acontecer durante o dia ou durante a noite. A execução do trabalho durante o dia é constantemente interrompida pelos filhos devido à necessidade que eles têm de um tratamento especial.

A visita à residência do artesão era agendada com antecedência de acordo com a disponibilidade dos artesãos e dos estudantes. Foram feitas cinco visitas a estes locais de produção, além das visitas frequentes ao local de encontro do Grupo, durante as quais foram feitas observações sistemáticas com o intuito de conhecer melhor o processo produtivo. Foram registrados o sequenciamento das atividades realizadas por cada um dos artesãos e as características do ambiente e dos postos de trabalho por meio de entrevistas semi-diretivas e fotografias.

Foram feitas verbalizações simultâneas e consecutivas com os artesãos. A verbalização simultânea é caracterizada como aquela em que o operário descreve o processo de trabalho durante a sua execução, enquanto a verbalização consecutiva consiste em uma entrevista em um momento diferente daquele em que a produção é realizada, sendo preciso para tal que o pesquisador já tenha em mente alguns pontos a serem questionados, dando um direcionamento ao artesão (o operador) quanto à descrição do seu trabalho<sup>203</sup>. O inconveniente da verbalização simultânea decorreu do fato de a tarefa realizada ser interrompida várias vezes, tendo-se, portanto, um prejuízo no registro do trabalho real. A medição do tempo de produção não foi possível devido a estas interrupções.

Os ambientes de trabalho possuem grande variabilidade. São bem organizados em alguns casos e desorganizados em outros. Em alguns casos, o material de trabalho fica junto de objetos diversos, inclusive alimentos. A maior parte dos locais de produção apresenta iluminação insuficiente ao trabalho de confecção das peças. Mesmo quando a residência recebe radiação solar, o problema de iluminação está presente, já que com frequência o trabalho é realizado durante a noite e as lâmpadas utilizadas são insuficientes em relação à exigência visual do trabalho. A iluminação precária, além de causar fadiga visual, influencia diretamente na produtividade, demandando mais tempo de produção, e na qualidade da produção. Foi verificado que o tempo de produção é maior quando o trabalho é realizado à noite. A frequência de ocorrência de erros também é maior nesse período, contribuindo para o aumento do retrabalho. A umidade presente em muitos dos ambientes também constitui um fator prejudicial à qualidade das peças, isso sem mencionar a saúde do próprio artesão. Problemas com mofo são mencionados frequentemente.

---

203 GUÉRIN, F. [et al.]. *Compreender o trabalho para transformá-lo: a prática da ergonomia*. São Paulo: Ed. Edgard Blucher / Fundação Vanzolini. 2004.



Figura 35 - Ainda na 1ª. etapa – desenvolvimento de moldes de isopor.

Fonte: arquivo pessoal. 2003.

Os instrumentos de trabalho utilizados variam entre os artesãos. Inicialmente, quando foi ensinado o processo de produção, os instrumentos a serem utilizados foram indicados pelos coordenadores do projeto responsáveis pelas atividades de desenvolvimento de produto, e assim eram comuns aos integrantes do grupo. Estes instrumentos eram o molde da peça e colheres ou copos que servissem como medidores da quantidade de material a ser utilizado. Posteriormente, com a adaptação ao processo produtivo e o desenvolvimento de conhecimento, a maioria destes artesãos não sentiu mais necessidade de utilizar instrumentos precisos de medida e então cada um desenvolveu um jeito próprio de medir e produzir. Houve também a substituição dos moldes em isopor (por iniciativa de um dos artesãos) por moldes de papelão que também tinham a função de estruturar as peças e, dessa forma, não precisariam ser retirados da peça. As peças feitas com os moldes de isopor necessitavam de cuidados especiais durante a modelagem, para que no momento em que fossem retiradas dos moldes, as peças não fossem estragadas, necessitando de retrabalho. O papelão foi considerado como de fácil trabalho, além de ser de fácil obtenção pelo Grupo. Por não precisar ser retirado da peça, o processo de produção pôde ser agilizado. Este fato demonstra que a atividade de moldes na 1ª. etapa ficou marcada pelas dificuldades de produção enfrentadas, e que a necessidade desta melhoria foi absorvida pelo Grupo. A busca por melhores soluções e iniciativas de transferência de conhecimento entre os participantes são vistas como pontos fortes e devem ser incentivadas e aumentadas. No entanto, ainda não se pode descuidar das atividades de monitoramento da qualidade do produto e de orientação na análise das soluções propostas. A estrutura de papelão absorve a umidade da massa de papel e perde a rigidez. Com isso algumas peças têm apresentado deformidades que deveriam ser motivos de atenção.



Figura 36 - Pesquisa sobre moldes.

Fonte: arquivo pessoal. 2004.



Figura 37 - Visitas aos locais de produção – residências.

Fonte: VAZ. 2005.

Os postos de trabalho são inadequados por apresentarem condições prejudiciais à saúde física do trabalhador, como a altura de bancadas abaixo da linha da cintura e iluminação precária. O mobiliário adotado como estações de trabalho são aqueles de uso domésticos, sem mecanismos que possibilite a realização de ajustes de acordo com a tarefa a ser executada. Da mesma forma, a iluminação, geralmente feita apenas pela luz de uma lâmpada no centro do teto de um cômodo da residência adotado como área de trabalho. Algumas vezes, improvisa-se com o uso de abajures.

O ritmo de produção é variável de artesão para artesão e também varia diariamente de acordo com a necessidade de dedicação ao filho. O tempo diário médio de produção (informação dada pelos artesãos) variou de 30 minutos a 2 horas e meia. Vale ressaltar que no caso em que a produção acontecia nesse tempo mínimo foi dito que este era geralmente gasto em concertos de peças. Houve casos em que o defeito da peça somente foi visto quando ela já havia sido pintada, sendo necessário que se refizesse quase todo o processo de produção. Entretanto, essa visão de retrabalho ainda não está clara para estes artesãos. Em muitas situações era melhor fazer uma nova peça do que tentar reparar as peças defeituosas.

### 5.6.2 - Resultados da análise da produção

A apresentação dos resultados da pesquisa com o enfoque em aspectos do sistema produtivo foi realizada na unidade de apoio da PBH e contou com a presença da equipe responsável pela condução do Projeto Pitangaporã – coordenação e técnicos, além da equipe de pesquisadores do Centro IDE/UEMG e LIDEP/UFMG. Do grupo de artesãos estiveram presentes três integrantes, inclusive a artesã que conduziu à formação do sub-grupo, já citado anteriormente.

Diante das observações realizadas e das informações coletadas por VAZ<sup>204</sup>, foi possível identificar e, conseqüentemente, propor ao Grupo as seguintes ações:

- Conscientizar os artesãos quanto à metodologia de trabalho – registros e troca de informações, e estabelecimento de normas;
- Estimular o processo de pesquisa em conjunto: busca de soluções em grupo;
- Melhorar as condições ergonômicas básicas;
- Transmitir de forma mais abrangente aspectos formadores da “visão de mercado”;
- Adequar os preços – deveriam ser calculados pelos próprios artesãos, conscientes dos recursos (matéria prima, tempo, etc.) gastos na produção. Esses recursos ainda eram fornecidos pela PBH.
- Implantação de 5S, ou 5 “senso”: senso de utilidade, senso de ordenação, senso de limpeza, senso de saúde e senso de autodisciplina. O Programa 5S é um programa preliminar de qualidade e produtividade que, como qualquer outro, deve ser acreditado por quem está envolvido na sua implantação<sup>205</sup>.

204 VAZ, Ceres Ribeiro. Produção industrial e produção artesanal: semelhanças na metodologia de projeto de produto. *Projeto de Iniciação Científica: PIBIC/CNPQ*. Belo Horizonte: Departamento de Engenharia de Produção / UFMG. Período de realização: março de 2005 a fevereiro de 2006.

205 MARTINS, João da Silva. *5S – O ambiente da qualidade*. Belo Horizonte: Fundação Crisitiano Otoni. 1994.



Os comentários, questionamentos e debate que decorreram desta apresentação foram feitos predominantemente pela equipe da PBH e pela equipe de pesquisadores. As artesãs não fizeram comentários, mas estiveram atentas todo o tempo.

Além do aprimoramento referente ao uso de moldes e à estruturação das peças, iniciado na segunda etapa do projeto e compartilhado por todos, uma artesã, aquela que conduz as atividades do sub-grupo, inicia uma pesquisa de novos materiais que possam contribuir para melhorar a qualidade e a produtividade na preparação da massa, como por exemplo, o uso de outros tipos de cola ou de aglutinantes que possam substituir o uso da farinha, causadora da formação de carunchos em algumas peças. À medida que surgiram resultados de alguns experimentos, estes foram compartilhados. O aumento das vendas aconteceu como resultado das articulações da coordenação e da equipe técnica para inserir o Grupo Pitangaporã em eventos que envolviam a PBH. Como exemplo pode ser citada a participação no 4º. Festival Lixo e Cidadania, durante o período de 5 a 10 de setembro de 2005. No dia seguinte, o Grupo participou de um evento interno da PBH, realizado em uma de suas regionais. Além de continuar mantendo uma rotina de comercialização na Feira da Av. Afonso Pena e na Loja Reciclo, a GEINP/PBH estava levantando a possibilidade de inserir o Grupo em outras feiras.

No entanto, o estoque feito pelo Grupo seria insuficiente para atender a novas demandas. Nesse momento a artesã coordenadora do subgrupo produtivo viu a possibilidade de vender a sua produção e ofereceu para o grupo um número de peças significativo. O técnico responsável pelas ações de design de produto se encarregou de ir pessoalmente buscar a mercadoria e, nessa oportunidade, constatou que as peças seguiam o mesmo padrão técnico-produtivo e estético do grupo principal, e também que o estoque feito pelo subgrupo era muito superior ao do grupo principal – cerca de cinco vezes mais peças.

Com esse período de intensificação das vendas e da produção os artesãos percebem a necessidade de se estabelecer algumas normas de procedimento e a distribuição de tarefas. Cada um mantém a sua produção em casa, cumprindo as metas de número de peças estabelecidas nas reuniões semanais; o acabamento final de aplicação de vernizes é realizado, grande parte, em grupo. Paralelamente ao estabelecimento do processo produtivo, o grupo passa a avaliar com mais rigor a qualidade final das peças. A participação mais frequente em eventos demonstrou que estas avaliações mais rigorosas foram provenientes da análise comparativa dos seus produtos com os de outros grupos de produção de base artesanal. Todos os integrantes realizaram a tarefa de apresentação e comercialização dos produtos, de forma alternada, com a participação geralmente de dois artesãos em cada evento. Além de promover a socialização dos artesãos, estas formas de comercialização têm sido para eles um exercício de comunicação não somente deles com o público consumidor, como também entre eles e deles com os apoiadores de projetos com este perfil. O evento mais recente que o Grupo Pitangaporã participou foi a feira de artesanato realizada aos domingos dos meses de novembro e dezembro de 2005, uma iniciativa do Ponteio Lar Shopping, em Belo Horizonte, que tem como mercado consumidor um público de maior poder aquisitivo. Convém lembrar que todas as atividades previstas desde a primeira etapa deste projeto foram planejadas tendo como meta alcançar este público.



Figura 38 – Participação do Grupo Pitangaporã na feira de Artesanato do Ponteio Lar Shopping, em Belo Horizonte.

Fonte: arquivo pessoal. 2005.



## Considerações finais

### 6.1 - PROJETO PITANGAPORÃ

Apesar da atenção dos artesãos para o padrão de qualidade das peças, se for feita uma comparação com as peças iniciais, este padrão diminuiu muito em alguns dos modelos desenvolvidos. A oportunidade de estar com o grupo no Pontείο Lar Shopping permitiu uma avaliação mais criteriosa das peças expostas para a comercialização. Foi verificada a existência de manchas decorrentes do uso incorreto do verniz, peças “machucadas” pelo acondicionamento inadequado no estoque e no momento do transporte, e muitas irregularidades nos padrões formais desenvolvidos no início da 2ª. etapa do projeto. Conforme já foi mencionado, o uso do papelão para estruturar a peça e eliminar o molde foi uma solução adotada de forma definitiva sem, no entanto, ter sido aprimorada. Foi um recurso adotado com o objetivo de facilitar e agilizar o processo produtivo, mas trouxe instabilidade para o padrão de qualidade final.

Cultivar boas referências é uma estratégia para promover a auto-avaliação. Além do critério comparativo com produtos concorrentes, o Grupo construiu um banco de referências [peças-piloto] dentro do padrão de qualidade almejado pelas ações implementadas de design e artesanato, referências que foram vendidas em um período em que as vendas aumentaram e o estoque acabou. Esta foi uma atitude sem justificativas visto que este acervo referia-se somente a um exemplar de cada modelo. Os artesãos não assimilaram que estas referências haviam se tornado um patrimônio do Grupo.

A criação de novos motivos para serem aplicados na decoração dos produtos continuou a surpreender no que diz respeito à originalidade dos desenhos e no uso de cores de forma harmônica. Estas são, sem dúvida, as suas principais características diferenciais. No entanto, um ponto importante a ser observado é que a proposta inicial, na fase de conceitualização dos produtos, era a de trabalhar na categoria de peças utilitárias. Ou seja, planejar um produto que tenha uma função, e que funcione, mas não de qualquer maneira. Podemos citar o exemplo dos vários modelos de porta-lápis, todos superdimensionados. O grupo foi orientado a rever estas medidas com as devidas justificativas, mas não houve uma atitude dos artesãos neste sentido. O uso do papel machê como matéria-prima contribuiu para os questionamentos referentes à durabilidade e manutenção, feitos por muitos consumidores no ato da compra. Esta era uma informação programada para acompanhar o produto através de etiqueta, mas que também nunca foi feita.

As atividades de design de produto deveriam ter sido repassadas e discutidas mais vezes com o Grupo, principalmente na etapa de conceitualização. Apesar dos resultados estéticos satisfatórios, muitos dos produtos não tinham uma função definida. Nos eventos era comum ouvir os consumidores questionarem para que servia aquele produto e que, mesmo sem obter uma resposta precisa, adquiriam-no. As ações previstas para trabalhar com o grupo estes e outros aspectos determinantes para a qualidade final das peças foram interrompidas pela PBH, e os prejuízos, conforme descrito, podem ser observados agora. O objetivo do projeto, amplamente divulgado, é importante como um valor social agregado, mas não é determinante no momento da aquisição pelo consumidor, conforme foi verificado.

Outro ponto a ser considerado é a dificuldade de autodisciplina. As reuniões semanais representam uma forma importante para manter o compromisso e o espírito de equipe do Grupo. Aliás, este era o único momento em que os artesãos reuniam-se. Elas servem, no mínimo, para a verificação e o acompanhamento do nível de qualidade pretendido para os produtos. Principalmente no último trimestre de 2005, estas reuniões aconteceram de forma esporádica, quando muito. A justificativa apresentada por alguns artesãos era a de que tinham de se dedicar mais à produção em função do aumento das vendas de fim de ano. No entanto, a oferta apresentava-se sempre reduzida em número e opções de produtos.

O processo de formação e apropriação de uma cultura empreendedora é primordial para a atividade de design de produto. Para fazer um planejamento é necessário estabelecer metas e, para isso, são necessários um objetivo e uma convicção. Nos últimos encontros com alguns dos integrantes do Grupo que estavam participando da Feira de Artesanato do Pontão Lar Shopping, em Belo Horizonte, foi possível constatar certa falta de horizontes de ação e a comodidade dos artesãos. A dependência com a PBH para a tomada de iniciativas articuladoras de novas oportunidades de negócios ainda prevalece. O Grupo tem consciência sobre as formas de comercialização do artesanato, mas permanece inerte no sentido de dar expediente às vendas e, conseqüentemente, à produção, e ainda se deixa levar pelas circunstâncias inicialmente estabelecidas pelo parceiro institucional promotor do projeto.

Muitos dos artesãos alegam que os produtos estão sendo vendidos por um preço muito baixo, no entanto, não solicitam um auxílio da PBH na revisão destes preços, visto que ela é a responsável por auxiliá-los nesta atividade desde o início do projeto. A etapa de capacitação

em formação de preço de venda foi realizada na 2ª. etapa do projeto e, notoriamente, não foi assimilada. A repetição é um recurso importante para a assimilação de novas informações. Muitas das etapas deveriam ser repassadas mais vezes para promover uma assimilação mais consistente sobre todos os aspectos referentes ao planejamento de ações de continuidade no desenvolvimento de produtos.

As observações feitas principalmente a partir da 3ª. etapa do projeto, fase em que não houve interferências diretas no processo produtivo, demonstram o papel assistencialista da PBH, ao contrário do início das atividades, em que esta instituição assumiu o papel de capacitadora para a criação de grupos produtivos autônomos. As vendas do Grupo Pitangaporã até então não geram renda real para os artesãos. É importante ressaltar que o material utilizado para na produção ainda é fornecido pela instituição, uma situação que merecia mais cuidado pois será determinante para a continuidade do Grupo no tocante a atingir uma condição de autonomia, uma relação de dependência que vem sendo adiada constantemente.

A experiência de trabalhar com o Projeto Pitangaporã trouxe muitos esclarecimentos e confirmações sobre a adoção de procedimentos e métodos de desenvolvimento de produtos mais adequados e caracterizados para o sistema produtivo de base artesanal.

Durante a parceria com o Centro IDE/UEMG, quando as atividades eram monitoradas de forma contínua pelos estagiários, o cuidado dos artesãos com a qualidade e a produtividade era muito mais representativo. Dos dois estagiários do curso de design de produto, um formou-se e foi contratado pela PBH, e o outro se tornou seu estagiário. A PBH lida com vários grupos produtivos, de públicos, técnicas e produtos muito diferenciados. Isto fez com que houvesse um acúmulo das atividades para a então formada equipe de design de produto da GEINP/PBH, minimizando as ações de capacitação junto ao Grupo Pitangaporã. A interrupção deste trabalho com o Programa de Design e Produção Artesanal do Centro IDE/UEMG foi um fato negativo para o projeto pois interrompeu um processo didático e de trabalho com objetivos e metas específicas estabelecidas. O treinamento no desenvolvimento de produtos tornou-se superficial, as etapas foram interrompidas, muitos dos problemas que envolviam a qualidade e produtividade não foram mais discutidos com o devido empenho de solução.

O Grupo estava composto, em novembro de 2005, por cinco integrantes, um número considerado como ideal para a caracterização do artesanato<sup>206</sup>. A formação no início da 2ª. etapa era de 12 artesãos. Alguns dos motivos expostos para esta evasão foram os problemas familiares decorrentes de problemas financeiros. A formação do Grupo se deu mais em função de características familiares comuns do que por afinidades<sup>207</sup>, e à necessidade de gerar renda, pois se trata de famílias de baixo poder aquisitivo. Os artesãos moram muito distantes uns dos outros, e este é um aspecto que prejudica o caráter social de um grupo produtivo de base artesanal, com valores e objetivos do ofício compartilhados no dia a dia. A produção individualizada é um aspecto inerente à atividade, mas geralmente está distribuída numa

206 MARTINS, Saul. *Contribuição ao estudo científico do artesanato*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais. 1973.

207 VAZ, Ceres Ribeiro. *Produção industrial e produção artesanal: semelhanças na metodologia de projeto de produto. Projeto de Iniciação Científica. PIBIC/CNPQ*. Belo Horizonte: Departamento de Engenharia de Produção / UFMG. Período de realização: março de 2005 a fevereiro de 2006.

mesma região ou grupo social. Neste estudo de caso, os artesãos encontram-se domiciliados em diversas regiões de Belo Horizonte, um centro urbano de grandes dimensões.

O Grupo Pitangaporã foi formatado para tornar-se um sistema de produção cooperativa, mas tem apresentado um fenômeno que tem prejudicado a criação de uma produção estável e colaborativa: o Grupo concorre consigo mesmo, através da formação do sub-grupo mencionado anteriormente no capítulo 5, e concorre com o projeto, no tocante a tornar-se uma referência metodológica para ser aplicada aos outros grupos produtivos acompanhados pela GEINP. Tanto a PBH quanto alguns dos artesãos parecem ser portadores de agendas ocultas<sup>208</sup>, fato que tem trazido prejuízo para o estabelecimento do grupo e promovendo a descontinuidade do projeto.

Por fim, quanto à metodologia de trabalho desenvolvida para o Grupo, foi possível constatar a importância de um planejamento específico para as várias etapas que envolvem as ações de desenvolvimento de produto, e da avaliação intermitente deste trabalho. A resposta aos objetivos dos métodos adotados foi positiva, principalmente no sentido de fazer com que os principais atores, os artesãos, fossem de fato os principais autores das conquistas realizadas.

## 6.2 - DESIGN E ARTESANATO

A atividade de desenvolvimento de produto possui caráter prático e investigativo. Considerada do ponto de vista gerencial e estratégico, é uma atividade que se concentra na solução de problemas específicos e concretos, e se preocupa em trabalhar suas descobertas em aplicações práticas que possam ser colocadas a serviço da produção, onde o produto final passa a ser visto como uma componente do processo. Estes conceitos quando aplicados ao desenvolvimento do produto artesanal significam pensar a experimentação, a matéria-prima, a técnica, o mercado e a comercialização; a diferença parece estar na complexidade e no componente humano.

De acordo com a revisão de literatura apresentada e com a experiência de trabalhos em campo, no desenvolvimento de produtos para o setor produtivo artesanal, algumas adequações são necessárias considerando a metodologia clássica de design de produto a fim de garantir a qualidade final das propostas. Um aspecto a ser considerado é a realização do diagnóstico técnico e sociocultural. O conhecimento e o domínio da técnica artesanal são fundamentais para o início da projeção de novas tipologias de produtos. Da mesma forma, o conhecimento da cultura que envolve o produtor ou a comunidade produtora, permite ao profissional que atua no planejamento de produto visualizar as dificuldades e resistências perante a sugestão dessas tipologias. Outro aspecto, após esse reconhecimento do sistema produtivo, é a etapa de capacitação técnica, quando se trata também de considerar as categorias mestre, oficial e aprendiz, e a capacitação mercadológica, no sentido de levar a esse contexto produtivo o entendimento sobre as necessidades e desejos do consumidor. Nesta etapa, o designer de produto, que deve ser visto como um parceiro nesse processo de renovação e inovação. Ele é capacitado pelos artesãos e pela comunidade local no que se refere às características que peculiarizam o sistema produtivo trabalhado.

---

208 Agenda oculta: outras intenções (CARVALHO, 1988).

Um exemplo simples, mas não menos interessante, observado nos trabalhos de campo, é a necessidade de equalização entre o designer e o artesão no tocante à referência de tempo. O designer, geralmente oriundo de grandes centros urbanos, é mais dinâmico, mais apressado em função do ritmo de vida. O artesão, de uma maneira geral, ao contrário, possui um ritmo próprio, vive em pequenas comunidades no interior dos Estados. Várias vezes, em encontros promovidos pelas coordenações dos diversos projetos e programas que envolviam os consultores da área de design e artesanato, dentre os profissionais de outras áreas, foram colocadas as dificuldades em estabelecer uma sintonia temporal com o artesão.

Fruto do trabalho manual, o produto artesanato é aquele produzido em pequena escala, e que tem condições de concorrer com o produto industrial, desde que o artesão, representante de boa parte deste segmento produtivo e socioeconomicamente ativo na sociedade, valorize, aperfeiçoe e socialize o seu ofício. É uma atividade independente o que não significa que deva receber menos atenção. Ela deve ser cuidadosa e constantemente examinada e repensada. Dominar todo este processo de trabalho permite ao artesão realizar ajustes, não só na produção, mas também nas suas formas de organização.

O design é uma atividade integrada que ultrapassa as considerações funcionais e formais. É uma atividade estratégica, de comunicação e de inovação. O profissional que atua nesta área é preparado para a atividade projetual nos mais diversos sistemas produtivos, para a análise do comportamento do consumidor e percepções de oportunidades de mercado. É, nesse sentido, um profissional que busca permanentemente estar atualizado.

A produção cooperada é uma forma de organização estratégica para ganhar força de mercado e de garantir a capacidade de produção. A parceria, vista como forma de trabalho cooperado, pode se dar entre os próprios artesãos, entre artesãos e designers, entre artesãos, designers e empresários, entre artesãos e produtores rurais, etc.. A articulação entre estas múltiplas possibilidades de parcerias com agentes da sociedade e do poder público é fundamental para promover o desenvolvimento dos empreendimentos no setor produtivo artesanal.

De acordo com a colocação feita por Correia<sup>209</sup>, *o artesanato e o design podem ser associáveis em regime de contratação de serviços, parceria ou co-autoria*. Branco<sup>210</sup> escreve que *a aproximação entre o artesanato e design, independentemente de fórmula exacta, parece poder constituir um pólo inesgotável para parcerias, para actuações interactivas que os mercados sublinham com agrado*. O design pode aproximar-se do artesanato de maneiras diferentes. Além de parceiros, podem atuar como instrutores ou como consultores. Seja como for, o designer deveria atuar considerando principalmente o contexto em que o artesão vive, buscando compreender o seu modo de produção. O desafio é promover produtividade e, ao mesmo tempo, preservar as peculiaridades do processo, é juntar tradição e modernidade, descobrindo novos usos, compartilhando ideias e experimentando fazer.

A identidade no artesanato, ou seja, as características próprias e exclusivas inerentes ao produto artesanal, é formada pelos seus aspectos formais e funcionais, pela sua técnica pro-

---

209 CORREIA, Susana. Design e Artesanato. *Cadernos de Design*. Lisboa: Centro Português de Design. A alma do Design. p 9-10. 2003.

210 BRANCO, João. Artesanato e Design: Parcerias com Futuro? *Cadernos de Design*. Lisboa: Centro Português de Design. A alma do Design. p 12-15. 2003.



dutiva, e por valores e fundamentos provenientes do histórico das comunidades produtoras. Tais características identificam a procedência do produto e é fruto de uma tradução ou interpretação do artesanato. De certa forma, da mesma maneira que o produto industrial, no entanto, com ênfases diferentes. Neste sentido, desenvolver novos produtos para este setor significa fundamentalmente estar aproximando o artesanato do processo de projeção. Caso contrário, se o artesão não participar, não tiver familiaridade com os novos conceitos de produtos e não entender a razão das propostas, porque elas se justificam em função de usabilidade e mercado, serão peças feitas provavelmente para atender a uma única encomenda. Não terá uma continuidade de produção por ausentar-se do seu repertório cultural.

Quando se fala em qualidade é preciso entender que esta palavra tem um sentido amplo e daí a necessidade de pontuar os aspectos que a compõem. A qualidade do produto artesanal está relacionada aos valores socioculturais dos quais é portador, mas está relacionada também à sua usabilidade, durabilidade, confiabilidade, segurança, à satisfação do consumidor. A qualidade referente ao sistema produtivo artesanal diz respeito a se alcançar um padrão mínimo desejado, o que não significa ditar especificações rígidas para a produção, até porque o tema aqui tratado é sobre objetos feitos a mão.

Esta proposta de análise sobre o processo de inserção de metodologias de desenvolvimento de produtos no segmento artesanal considera as experiências e estratégias que têm sido adotadas para alcançar sustentabilidade de mercado. A necessidade e a oportunidade de oferecer produtos competitivos, com técnica aprimorada, condições ideais de produção, atenção ao ciclo de vida, a inserção do produto no mercado, a capacitação e atualização profissional, são aspectos que caracterizam a carência de uma revisão dos procedimentos até então adotados nesta proposta de desenvolvimento socioeconômico.


Este trabalho de pesquisa partiu da hipótese de que existe uma inadequação metodológica para as ações de desenvolvimento de produtos de base artesanal, e mais especificamente, para o artesanato, um segmento produtivo de nuances determinantes. Para tanto, o principal problema identificado foi a descontinuidade das ações implementadas, observada em testes de campo. A conexão entre esta pesquisa, o Projeto Pitangaporã, e os antecedentes apresentados, permite a colocação de alguns dos motivos que possam estar provocando estas descontinuidades dos projetos destinados ao incremento do setor.

De uma maneira geral, estes motivos podem estar relacionados com (1) a arbitrariedade das instituições promotoras destes projetos na condução das atividades, de acordo não só com os recursos disponíveis, mas com interesses que contrariam ao objetivo socioeconômico a que estes se propõem, com (2) a falta de entendimento e de reconhecimento, por parte destas mesmas instituições, e também dos próprios artesãos, da abrangência das ações de design, muitas vezes ainda entendida como tratamento estético de um produto e não como uma ação de planejamento e, (3) com a necessidade de assimilação sobre os aspectos que agregam valor real ao artesanato, por todos os envolvidos. Em relação ao artesanato, estes motivos podem referir-se também (a) à falta de sincronização do grupo e com o grupo, visto que estes projetos são realizados com vários artesãos, (b) com a falta de costume da maioria dos artesãos com processos formais de capacitação, principalmente aqueles artesãos que detêm o seu conhecimento em técnicas mais autênticas e espontâneas e, (c) à

resistência ou dificuldade de iniciar uma rotina de produção. Quanto a esta última questão, deve-se também ter em conta que, quando um sistema de produção consegue ser estabelecido, a ausência de um acompanhamento com atenção tanto a aspectos de design como de engenharia de produção, principalmente no tocante à organização e condições de trabalho, pode levar à interrupção do processo. (d) Um retorno financeiro estável demanda tempo, experiência e paciência, e esse é outro ponto determinante visto que a grande maioria dos artesãos é de baixa renda. Estes são fatos que demonstram que uma coisa é entender o que é uma cultura empreendedora, e outra, muito diferente, é colocá-la em prática, uma situação pertinente a qualquer atividade.

O esquema apresentado na figura 39 apresenta as estruturas básicas das metodologias adotadas para a formulação, planejamento e implementação das ações, revistas passo a passo, e repensadas quando necessário, assumindo, dessa forma, um caráter de flexibilidade. As terminologias praticadas para a designação das etapas de percursos metodológicos são similares, no entanto, a atenção deve estar calcada nos procedimentos e critérios determinados para a atuação coerente nos diversos contextos que envolvem um objetivo estabelecido.

Metodologia de projeto de produto	Metodologia do processo criativo	Metodologia da pesquisa-ação
Problematização Análise Definição do problema Geração de alternativas Projeto técnico Prototipagem	Objetivo Fatos Problema Idéias Solução Ação	Análise e delimitação da situação Delineamento da situação final Colocação do problema Planejamento das ações Execução e avaliação
Foco: Produto	Foco: Indivíduo	Foco: Sistema



Projeto Pitangaporã - Artesanato

Figura 39 - Esquemas metodológicos adotados no Projeto Pitangaporã

Realizar um estudo destinado ao reconhecimento de uma situação de oportunidade de projeto na linha de trabalho abordada nesta dissertação significa realizar um exame minucioso dos aspectos principais que o envolvem e identificar os seus principais atores, ou seja, a aplicação de uma metodologia de diagnóstico. Neste sentido, a pesquisa-ação foi verificada como um método eficiente, pois é aplicada de forma coletiva e construtiva.

### 6.3 - CONCLUSÃO

No tocante à revisão bibliográfica realizada destaca-se a restrita disponibilidade de referências mais específicas sobre o tema abordado, principalmente aquelas de cunho científico. Em muitos dos textos encontrados, o tema é tratado geralmente aliado a assuntos correlatos, como por exemplo, agricultura familiar, responsabilidade social, economia solidária, turismo, antropologia e história. Em dezembro de 2005, foi realizada uma busca no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, através do *site* da instituição e de visita ao escritório regional de Belo Horizonte, por dados estatísticos sobre o artesanato no que se refere aos produtores, técnicas, tipologias de produtos, matérias-primas ou sobre o artesanato desenvolvido para a exportação, mas nenhuma informação foi encontrada. A coleta e divulgação de dados neste sentido poderia contribuir para estudos e análises do setor artesanal, fundamentais para o planejamento de políticas locais de desenvolvimento.

Outro ponto importante refere-se ao processo de formação profissional no desenvolvimento de produtos artesanais. As iniciativas por parte das instituições de ensino têm se concentrado em promover atividades de extensão e pesquisa com este foco, mas no que se refere às atividades de ensino, este tema ainda não tem sido abordado de maneira incisiva. Conforme foi dito, durante a realização desta pesquisa, foram realizados seminários e apresentações para o meio acadêmico, mais especificamente na Escola de Design da UEMG e na Escola de Engenharia de Produção da UFMG. Neste período foi possível observar o crescente interesse, por parte de alunos e professores, em participar de projetos direcionados para o desenvolvimento de produtos artesanais, ou em obter mais informações sobre este setor produtivo. Considerando a crescente importância de desenvolvimento socioeconômico que o artesanato vem adquirindo a cada dia, seria conveniente estabelecer uma abordagem de cunho didático mais específica.

O artesanato também está em processo de evolução. O consumo aumentou consideravelmente, novas técnicas de produção foram desenvolvidas, e as técnicas tradicionais foram resgatadas e ganharam novas formas de aplicação. Na linguagem capitalista, o artesão poderia ser designado como capital humano, ou seja, como o detentor do conhecimento do “jeito de fazer” e do “porquê de fazer”. As características que determinam o valor do artesanato contemporâneo continuam focadas na natureza do trabalho, entretanto, o seu valor de estima vem prevalecendo mais do que o seu valor utilitário.

Esta pesquisa buscou refletir sobre a necessidade de novas metodologias de intervenção em Design e Engenharia de Produção nos processos de produção artesanal, que são por natureza diferentes daqueles da produção industrial. Neste sentido, é fundamental a criação de procedimentos metodológicos específicos e adequados, para que sejam efetivamente garantidas as melhorias necessárias sem a perda dos valores intrínsecos ao artesanato. Trabalhar com desenvolvimento de produtos e artesanato pode ser um ato de desbravar contextos desconhecidos, inusitados e cheio de surpresas. O objetivo deveria concentrar-se na contribuição para a formação de parcerias justas e claras.

## 6.4 - QUESTÕES EM ABERTO

Os tópicos abordados na revisão bibliográfica (capítulo 3) foram selecionados por terem sido considerados como formadores do contexto produtivo de base artesanal. Todos se referem a assuntos complexos que extrapolam os limites dessa pesquisa. No nosso caso, o objetivo foi buscar subsídios básicos que possam contribuir para a compreensão do setor e para a promoção de sustentabilidade das ações de desenvolvimento de produtos para o artesanato.

As preocupações em relação às ações de intervenção no setor de base artesanal consideram a diversidade de aspectos que deveriam constituir a valoração deste contexto produtivo, do indivíduo ao produto. Neste sentido, muitos questionamentos têm prevalecido em discussões sobre quais seriam os procedimentos mais adequados e em que circunstâncias. Como as intervenções ocorrem? O artesanato espontâneo está sendo sufocado pelo artesanato induzido? A qualidade final do produto deveria focar-se na produtividade ou na expressividade? Qual seria o sistema de valores que rege este segmento, lidando simultaneamente com o desenvolvimento econômico, através de ações de geração de trabalho e renda, e com o desenvolvimento sociocultural, onde o produto final é considerado como portador de um sistema de valores construídos pelo artesão? O produto deveria se adequar ao mercado ou o mercado é que deve se adequar ao produto? Estes questionamentos estão concatenados às especificidades de cada situação de trabalho.

A ausência de perenidade das ações de intervenção que vem sendo praticadas demonstra a necessidade de continuidade de reflexões para o setor, considerando-se a diversidade e a complexidade dos aspectos que constituem este contexto produtivo, conforme se buscou colocar neste trabalho de pesquisa. Os temas apontados são complexos e poderiam ser propostos como objetos de estudo para a continuidade e complementaridade das ações de pesquisa já realizadas.

Esta pesquisa centrou-se, desta forma, na análise dos processos de concepção de objetos para a produção de base artesanal. Embora o escopo proposto esteja restrito a este tema, diversas oportunidades de novas pesquisas foram demonstradas durante este trabalho, dentre as quais podemos citar a análise ergonômica do trabalho, a sistematização dos meios de produção, a abordagem mercadológica específica, a cultura material e imaterial e o valor do produto de base artesanal.

Estas questões em aberto são indicação clara de um amplo campo de pesquisa para o Design, para a Engenharia de Produção e áreas afins. A relevância social, econômica, histórica e cultural da produção de base artesanal, além do grande número de brasileiros direta ou indiretamente com ela envolvidos, justifica a urgência da intervenção integrada da Academia neste setor.



## Referências bibliográficas

- ABREU, J. C.. *Estratégia e oportunidades locais: um estudo sobre rede dinâmica em aglomerados de empreendedores de base artesanal*. Tese de D.Sc., COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. 2002.
- ARTESANIAS DE COLOMBIA. Definição y clasificación. Disponível em: <http://www.artesantiasdecolombia.com.br>. Acesso em: 16 nov. 2005.
- BARRAZA, John Chamers. *Design, Artesanato e Desenvolvimento Regional*. Fórum Internacional Design e Diversidade Cultural - Anais. 1995. FIESC, SENAI e Laboratório Brasileiro de Design Industrial. Florianópolis. p 29-31. 1995.
- BARROSO NETO, Eduardo. Design, Identidade, Cultura e Artesanato. *Primeira Jornada Ibero-americana de Design no Artesanato*. Disponível em: <http://www.portaldigital.com.br>. Acesso em: out. 1999.
- BAXTER, Mike. *Projeto de Produto*. 1. ed. São Paulo: Ed. Edgar Blucher. 1995.
- BONSIEPE, Gui. *Tendências no Discurso do Design*. In: Fórum Internacional Design e Diversidade Cultural - ANAIS. Florianópolis. FIESC, SENAI e Laboratório Brasileiro de Design Industrial. 1995. p 111-116. 1995.
- BRAGA, Roberio e PAPA, Cleber. *Brasil das Artes*. São Paulo: São Paulo Imagem Data. 1999.
- BRANCO, João. Artesanato e Design: Parcerias com Futuro? *Cadernos de Design*. Lisboa: Centro Português de Design. A alma do Design. p 12-15. 2003.

- BROWN, Lester. *Revista da Aldeia Humana*. Florianópolis: SENAI/LBDI. 1995.
- CALDAS, Dário. *Observatório de Sinais – teoria e prática da pesquisa de tendências*. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio. 2004.
- CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Editora Edgard Blucher. 2004.
- CARVALHO, José Leão. *Pensamento Atitudinal e Metodologia do Processo Criativo. Apostila do Curso Básico do Instituto Latino Americano de Criatividade e Estratégia*. São Paulo: ILACE. 1988.
- CARVALHO, Maria Cecília M. *Construindo o saber – Metodologia científica: fundamentos e técnicas*. Campinas: Papyrus. 1998.
- CASCUDO, Luiz da Câmara. *Dicionário do Folclore Brasileiro*. São Paulo: EDUSP. 1988.
- CENTRO CAPE. *IQS e Banco do Povo*. Disponível em: <http://www.centrocape.org.br>. Acesso em: 09 out. 2005.
- CETEC. *Cultura e Tecnologia*. Belo Horizonte: CETEC – Setor de Desenho Industrial. (paginação irregular) 1976.
- CIDADES VIVAS. *Revista sobre as administrações municipais do PT*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo. Edição especial. 2004.
- CONSTITUIÇÃO: REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. Brasília: Senado Federal, Centro Gráfico. 1988.
- CORREIA, Susana. Design e Artesanato. *Cadernos de Design*. Lisboa: Centro Português de Design. A alma do Design. p 9-10. 2003.
- CSILLAG, João Mário. *Análise do Valor – Metodologia do Valor*. São Paulo: Editora Atlas. 1991.
- CUÉLLAR, Javier Pérez de (org.). *Nossa diversidade criadora: Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento*. Brasília: UNESCO / Papyrus Editora. 1997.
- DEPROM – [webmaster@iphan.gov.br](mailto:webmaster@iphan.gov.br). *Artesanato*. Mensagem eletrônica recebida em: 14 nov. 2005. 15:08.
- DOMINGUES, Vanessa. Do artesanato à indústria. *Revista Arc Design*. São Paulo: Quadri-fólio Editora. No. 38. 2004.
- DORFLES, Gillo. *El Diseño Industrial y su Estética*. Barcelona: Editorial Labor S. A. 1978.
- DORMER, Peter. *Os significados do design moderno – A caminho do século XXI*. Portugal: Centro Português de Design. 1995.
- EDWARDS, K. L. *The design experience: the role of design and designers in the twenty-first century* (resenha). Science Direct. Materials & Design. No. 25. 2004.

- EMATER. Agricultores mineiros mostram grande variedade de produtos em Brasília e Emater-MG ajudará agricultores familiares a investir em turismo rural. In: *Notícias da EMATER*. Disponível em <http://www.emater.mg.gov.br>. Acesso em: 09 out. 2005.
- ENCICLOPÉDIA BARSA. São Paulo: Encyclopaedia Britannica Editores Ltda. Vol. 2. 1970.
- ESTRADA, Maria Helena. Sete anos de transformações – Design, artesanato, indústria, mercado. *Revista Arc Design*. São Paulo: Quadrifólio Editora. No. 38. 2004.
- FEIRA NACIONAL DE ARTESANTO. Disponível em: <http://www.feiranacionaldeartesanato.com.br>. Acesso em: jul. 2005.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. CD ROM. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Lexikon Informática Ltda. 1999.
- FIESP/CIESP. *Artesanato e Desenho Industrial: um processo contínuo*. São Paulo: Núcleo de Desenho Industrial / CIESP. 1981.
- FLEURY, Maria Tereza Leme. *Equipes que aprendem, organizações que aprendem*. Programa Educar na Sociedade da Informação – Cidade do Conhecimento - USP. Disponível em <http://www.cidade.usp.br>. Acesso em: jul. 2005.
- FOWLER, Theodore C. *Value Analysis in Design*. New York: Van Nostrand Reinhold. 1990.
- FREITAS, Rubens C. *Mapeamento das competências*. Palestra proferida nas unidades do SENAC/NE. Rio de Janeiro: Treinacom Competências Ltda. 2005.
- FUNDAÇÃO IBGE. *Tipos e aspectos do Brasil*. Excertos da Revista Brasileira de Geografia. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia. 1970.
- GUÉRIN, F. [et al.]. *Compreender o trabalho para transformá-lo: a prática da ergonomia*. São Paulo: Ed. Edgard Blucher / Fundação Vanzolini. 2004.
- HILLEBRAND, Bas e BIEMANS, Wim G. *The relationship between internal and external cooperation: literature review and propositions*. *Journal of Business Research*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 56. p.735-743. 2003.
- IEPHA. Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais. Disponível em: [www.iepha.gov.br](http://www.iepha.gov.br). Acesso em: nov. 2005.
- IETEC. Instituto de Educação Tecnológica. Disponível em [www.ietec.com.br](http://www.ietec.com.br). Acesso em: jan. 2006.
- INSTITUTO ESTRADA REAL. *Projeto Produção Associada ao Turismo*. Federação das Indústrias de Minas Gerais. Disponível em: [www.estradareal.org.br](http://www.estradareal.org.br). Acesso em: 16 de janeiro de 2006.
- IPHAN. *Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*. Disponível em: [www.iphan.gov.br](http://www.iphan.gov.br). Acesso em: nov. 2005.



- KOTLER, Philip e KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Education do Brasil Ltda. 2005.
- KRIPPENDORFF, Klaus. *Product Semantics; A Triangulation and Four Design Theories*. In: Product Semantics '89 Conference - ANAIS. Helsinki: Publications of the University of Industrial Arts UIAH A4. p a3-a23. 1990.
- LARA, Ângela Cristina [et al.]. *Planta viva, gente viva – sempre-vivas. Projeto Sempre-vivas*. Belo Horizonte: Instituto Terra Brasilis. 1999.
- LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José Eduardo; MACIEL, Maria Lúcia (org.). *Pequena Empresa – cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará Editora, UFRJ – Instituto de Economia. 2004.
- LIMA, Francisco de Paula Antunes. *Ergonomia, ciência do trabalho, ponto de vista do trabalho: a ciência do trabalho numa perspectiva histórica. Revista Ação Ergonômica*. Vol.1, no. 2. p 35. 2001.
- LÖBACH, Bernd. *Diseño Industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 1981.
- JONES, Christopher. *Métodos de Diseño*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 1978.
- JURAN, J. M. *A Qualidade desde o Projeto*. São Paulo: Pioneira. 1992.
- MANZINI, Ezio. *Artefatti – verso una nuova ecologia dell'ambiente artificiale*. Milano: Domus Academy. 1990.
- MANZINI, Ezio e VEZZOLI, Carlo. *O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo. 2002.
- MARTINS, João da Silva. *5S – O ambiente da qualidade*. Belo Horizonte: Fundação Cristiano Otoni. 1994.
- MARTINS, Saul. *Contribuição ao estudo científico do artesanato*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Gerais. 1973.
- MARX, Carl. *O Capital: crítica da economia política*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S. A. 1980.
- MDIC. *APEX – Made in Brazil*. MDIC. 2002.
- MORAES NETO, Benedito Rodrigues. *A evolução dos processos de trabalho e a natureza da moderna automação. Estudos de Sociologia*. São Paulo: UNESP. Vol. 1. 1996.
- MOTTA, Fernando C. P. *Teoria Geral da Administração*. São Paulo: Pioneira. 1998.
- MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem coisas*. São Paulo: Martins Fontes. 1981.
- MUNARI, Bruno. *Design e Comunicação Visual*. São Paulo: Martins Fontes. 1979.
- NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. *Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação*. Rio de Janeiro: Campus. 3ª. ed. 1997.

- PARENTE, Maria das Mercês. *Design para o Setor Artesanal*. Fórum Internacional Design e Diversidade Cultural - Anais. Florianópolis: FIESC, SENAI e Laboratório Brasileiro de Design Industrial. p 75-79. 1995.
- PARNES, Sidney J. Parnes. *Optimize – The Magic Of Your Mind*. New York: The Creative Education Foundation in association with Bearly Limited. 1997.
- PEREIRA, José Carlos da Costa. *Artesanato – definições, evolução e ação do Ministério do Trabalho – Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato*. Brasília: Ministério do Trabalho. 1979.
- PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. *Programa Muriki – resultados do período de 2000 a 2002*. Secretaria Municipal de Planejamento – Belo Horizonte: Prefeitura Municipal. 2002.
- PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. *Estatísticas & Informações*. Disponível em: <http://portal4.pbh.gov.br/pbh>. Acesso em: jan. 2006.
- PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Brasília. Disponível em: <http://pab.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em setembro de 2002.
- PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. *Termo de Referência*. Brasília: SEBRAE/UF. 2004.
- PROGRAMA SEBRAE DE ARTESANATO. Repasse Metodológico. Design e Artesanato. *Apostilas do curso preparatório para trabalhos de campo*. Belo Horizonte: SEBRAE/MG. 1998.
- PROGRAMA SEBRAE DESIGN. *Editais Via Design 01-2002*. Brasília: SEBRAE/UF. 2002.
- PROJETO ART'ESTRUTURADA. *Diagnósticos e processo de revitalização do produto artesanal*. Belo Horizonte: Programa SEBRAE de Artesanato, SEBRAE-Minas, Centro CAPE, Central Mãos de Minas. 1998.
- RIBEIRO, Maria de Lourdes Borges. *Inquérito sobre práticas e superstições agrícolas de Minas Gerais*. Rio de Janeiro: Ministério da educação e Cultura. 1971. RUGIU, Antônio Santoni. *Nostalgia do Mestre artesão*. Campinas: Autores Associados. 1998.
- SAFAR, Gisele Hissa. *Subsídios para a Elaboração de Programas de Melhoria da Qualidade da Produção de Cerâmica Artesanal da cidade de Inhaúma, Minas Gerais*. Dissertação (Mestrado Engenharia de Produção) Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte. 2002.
- SANTOS, Micênio Carlos Lopes dos e SILVA, Gustavo Melo. *Tear: artesanato de Resende Costa*. São João Del Rei: FUNREI. 1997.
- SCHMITT, Bernd e SIMONSON, Alex. *A Estética do Marketing*. São Paulo: Ed. Nobel. 2002.
- SOUZA, Tereza de. *Uma estratégia de Marketing para o Artesanato do Rio Grande do Norte*. Tese (Doutorado em Administração). Fundação Getúlio Vargas. São Paulo. 1991.

- TERRA DE MINAS. *Buriti - A árvore símbolo do cerrado é matéria-prima para o artesanato típico da região noroeste*. TV Globo Minas. Disponível em: <http://terrademinas.globo.com>. Acesso em: out. 2005.
- THIOLLENT, Michel. *Metodologia da Pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez Editora. 1997.
- UNESCO. Handcrafts and Design; Handicrafts; Seal of Excellence Programme. Disponível em: <http://portal.unesco.org>. Acesso em: 08 out. 2005.
- VAZ, Ceres Ribeiro. Produção industrial e produção artesanal: semelhanças na metodologia de projeto de produto. *Projeto de Iniciação Científica: PIBIC/CNPQ*. Belo Horizonte: Departamento de Engenharia de Produção / UFMG. Período de realização: março de 2005 a fevereiro de 2006.
- VINACCIA, Giulio. *Design e Diversidade Cultural*. Fórum Internacional Design e Diversidade Cultural - Anais. Florianópolis: FIESC, SENAI e Laboratório Brasileiro de Design Industrial. p. 41-46. 1995.
- WISNER, Alain. *Por dentro do trabalho - ergonomia: método e técnica*. São Paulo: FTD: Obore. 1987.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION. Disponível em [http://www.world-tourism.org/code\\_ethics/eng/global.htm](http://www.world-tourism.org/code_ethics/eng/global.htm). Acesso em janeiro de 2006.
- YAIR, Karen et al. Design through making: crafts knowledge as facilitator to collaborative new product development. *Design Studies*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 20. p.495-515. 1999.
- YAIR, Karen et al. Crafting competitive advantage: crafts knowledge as a strategic resource. *Design Studies*. Great Britain: Elsevier Science Ltd. n. 22. p.377-394. 2001.