

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*¹⁵⁸, papel este que hoje vem sendo estimulado e apoiado pelos projetos institucionais voltados tanto para as ações de design e artesanato¹⁵⁹, como para aqueles voltados para a agricultura familiar, nos quais o artesanato integra o elenco de produtos trabalhados¹⁶⁰.

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 massa¹⁶¹.

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 estéticas¹⁶².

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 própria¹⁶³.

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 evento¹⁶⁴. 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 preferência¹⁶⁵.

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 mercantil¹⁶⁶, 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.¹⁶⁷

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 industrial¹⁶⁸.

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 local¹⁶⁹, ou ainda, sistemas produtivos e inovativos locais¹⁷⁰, 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 turístico¹⁷¹.

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 artesanais¹⁷². *Espera-se que o consumo, hoje, proporcione emoção, e outras experiências, tanto quanto funcionalidade.*¹⁷³. 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.”*¹⁷⁴.

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 produto¹⁷⁵ e do processo criativo¹⁷⁶, 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*¹⁷⁷. 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 prototipagem¹⁷⁸. 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 social¹⁷⁹. 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 atividade¹⁸⁰.

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 ARTESANATO¹⁸¹). 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 final¹⁸².

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 Design¹⁸³ 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 renda¹⁸⁴.

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 pesquisa¹⁸⁵, 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 Assistida¹⁸⁶ 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 2004¹⁸⁷, 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.

