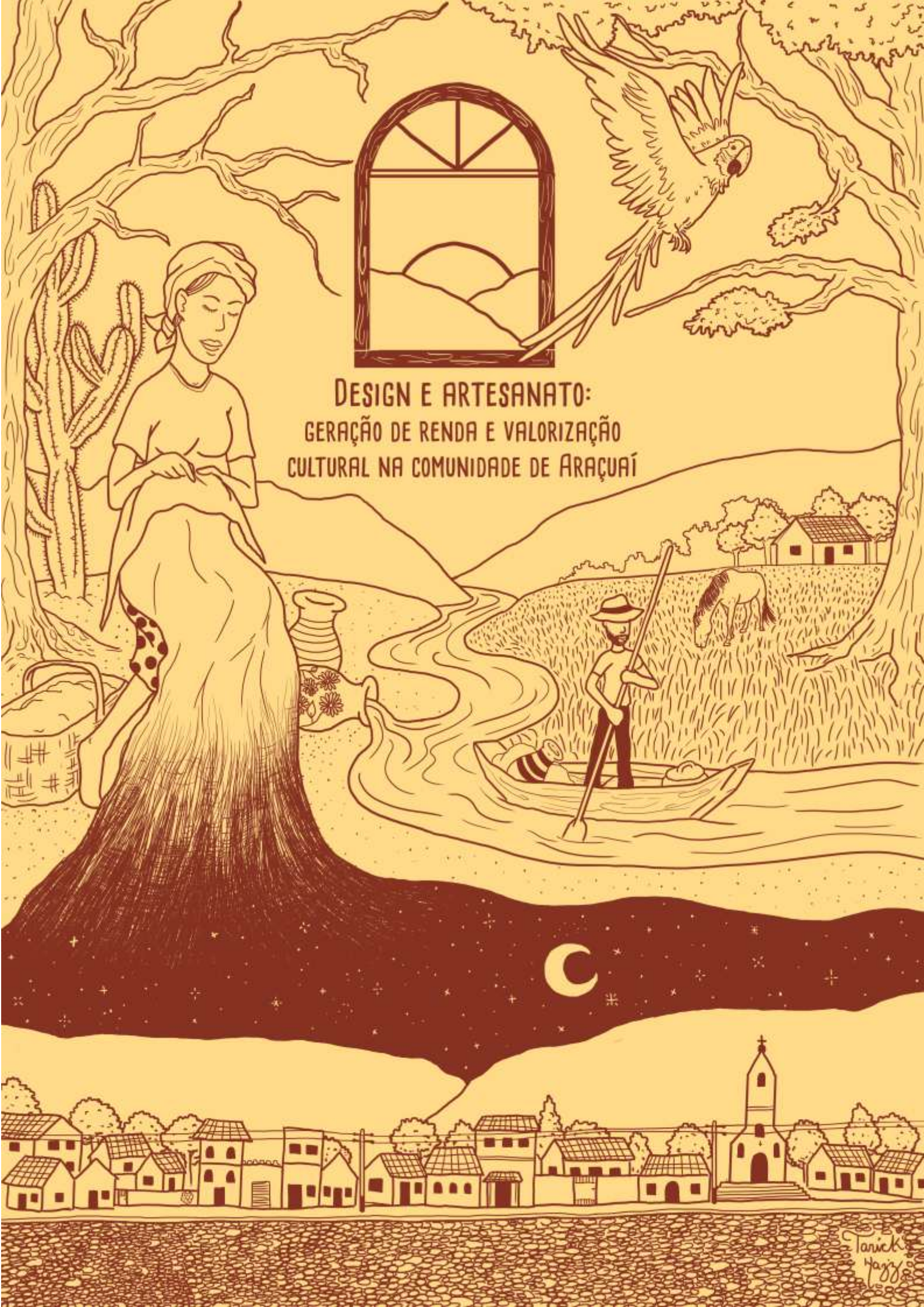




DESIGN E ARTESANATO:
GERAÇÃO DE RENDA E VALORIZAÇÃO
CULTURAL NA COMUNIDADE DE ARAÇUAÍ

Tarick
Hayes

**DESIGN E ARTESANATO:
GERAÇÃO DE RENDA E VALORIZAÇÃO CULTURAL NA
COMUNIDADE DE ARAÇUAÍ**

Dissertação de Mestrado

VIVIANE DA CUNHA MELO

**Belo Horizonte
2019**

VIVIANE DA CUNHA MELO

**DESIGN E ARTESANATO:
GERAÇÃO DE RENDA E VALORIZAÇÃO CULTURAL NA
COMUNIDADE DE ARAÇUAÍ**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG como requisito parcial para a obtenção de grau de Mestre em Design, na linha de pesquisa: Design, cultura e sociedade.

Orientadora: Prof^a. Rita de Castro Engler, PhD. - UEMG

**Belo Horizonte
2019**

M528 Melo, Viviane da Cunha

Design e artesanato: geração de renda e valorização cultural na comunidade de Araçuaí. [manuscrito] / Viviane da Cunha Melo - Belo Horizonte, 2019.

215f.: il. color. fots. grafs.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Castro Engler.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG - como requisito para a obtenção de grau de Mestre em Design, na linha de pesquisa: Design, cultura e sociedade.

1. Design e artesanato. 2. Design social. 3. Produção artesanal. 4. Geração de renda. I. Engler, Prof^a. Dr^a. Rita de Castro. II. Universidade do Estado de Minas Gerais. III. Título.

CDU – 745

Ficha catalográfica elaborada por Ariane Eliza da Silva Porto – CRB6/MG 3244

DESIGN E ARTESANATO: GERAÇÃO DE RENDA E VALORIZAÇÃO CULTURAL NA COMUNIDADE DE ARAÇUAÍ.

Autora: Viviane da Cunha Melo

Esta dissertação foi julgada e aprovada em sua forma final para a obtenção do título de Mestre em Design no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Belo Horizonte, 26 de agosto de 2019.


Rita A. C. Ribeiro
Coordenadora Mestrado e Doutorado
MASP 1231056-1
ESCOLA DE DESIGN - UEMG

Prof^a. Rita Aparecida da Conceição Ribeiro, Dra.
Coordenadora do PPGD

BANCA EXAMINADORA



Profa. Rita de Castro Engler, Dra.
Orientadora

Universidade do Estado de Minas Gerais



Profa. Laura de Souza Cota Carvalho Silva Pinto, Dra.

Universidade Federal de Minas Gerais



Profa. Nadja Maria Mourão, Dra.

Universidade do Estado de Minas Gerais



Profa. Sebastiana Luiza Bragança Lana, Dra.

Universidade do Estado de Minas Gerais

“Dedico este trabalho aos meus pais,
Ivesperon e Ana Maria, exemplos de amor,
perseverança, dedicação e união. Obrigada por tudo!

AGRADECIMENTOS

A Deus, por sempre iluminar o meu caminho. Minha vida tem sido marcada por conquistas e realizações, que muitas das vezes não dou o devido valor, mas sei que a graça de Deus se faz presente em todos os momentos da minha vida. Hoje eu consigo compreender que o nosso Senhor tem um plano perfeito para mim. Obrigada por sempre operar em minha vida!

A minha família, que sem ela eu nada seria! No fundo sei que quando eu mais precisar, em minhas dificuldades são vocês que estarão lá para me ajudar. E durante o mestrado não foi diferente. Todos vocês compraram esse sonho junto comigo, acreditaram em mim e vibraram a cada conquista. Agradeço imensamente aos meus pais, Ivesperon e Ana Maria por serem exatamente como são, jamais poderia ter pais melhores do que vocês! O apoio de vocês foi fundamental para vencer mais esta etapa de minha vida. Aos meus irmãos: Ana Luisa, Clarisse, Isabela, André e Marcus, que sempre trazem alegrias e sorrisos, que me confortam em dias sombrios e são os melhores amigos que alguém poderia ter. A Cidinha que já é da família e cuidou e ainda cuida de mim como se fosse filha. Juntos somos invencíveis! Obrigada a cada um de vocês.

Ao Raphael, que vem me mostrando a cada dia mais a beleza de ter alguém ao seu lado para dividir todos os momentos que a vida nos reserva. Obrigada por me acompanhar e se interessar em cada passo que dei durante estes dois anos de mestrado. Você fez com que eu acredite-se ainda mais em mim e em meu potencial. Toda a sua positividade, alegria e bom humor traz uma imensa alegria para minha vida. Quem dera se todos tivessem um amor como o nosso! Te amo.

A Rita, que durante estes dois anos trabalhando juntas foi mais do que uma simples orientadora. Foi uma mãe que ganhei durante este mestrado! Um exemplo de garra, luta e fonte de conhecimento a ser seguido pelo o resto de minha vida. Obrigada por me mostrar que sou capaz de coisas que jamais imaginei ser, obrigada por acreditar em mim e em meu trabalho, obrigada por ser preocupar comigo e com a minha família!

A toda equipe do Cedtec, e em especial a Nadja, que sempre foi uma pessoa incentivadora e conselheira. Pessoa essa que nunca me disse um não, e sempre contribuiu para o meu crescimento acadêmico de alguma forma. Obrigada por me deixar apaixonada em escrever artigos! A professora Rosi, ao Diego, a Nathy, a Letícia, a Ana Carolina e a Ivy que fizeram com que estes dois anos eu sentisse como se estivesse na sala de minha casa dentro da salinha do CEDTec. Já dizia a Nadja: 'O CEDTec é igual coração de mãe, sempre cabe mais um!'. E isso é verdade.

A minha dupla do mestrado, Flavia que dividiu comigo toda a caminhada de disciplinas, apresentação de trabalhos, artigos e eventos acadêmicos durante estes dois anos juntas. Fazer o mestrado ao seu lado fez com que eu não me sentisse tão só! Aprendi muito ao seu lado. Obrigada.

A FAPEMIG, pela concessão da bolsa de pesquisa, condição fundamental para a conclusão dessa dissertação.

A Cooperativa Dedo de Gente, e em especial a Edilúcia Borges, meu primeiro contato dentro da cooperativa. Foi ela quem acreditou em meu trabalho e comprou a ideia em realizar as oficinas. E a todos os artesãos que participaram: Luana, Zildemile, Marton, Pâmela, Roberval, Raife, Pedro e Renan. Sem vocês nada disso seria possível! Muito obrigado pela dedicação e pelos momentos de boas conversas e troca de conhecimento. E a todos os outros membros da Cooperativa e do CPCD que me receberam com disponibilidade, atenção e cuidado!

A Secretaria de Desenvolvimento Social de Araçuaí, em especial a Erly Rocha. Pelo financiamento da ida de diversos professores e empreendedores a cidade de Araçuaí para palestras e encontros com os artesãos durante as oficinas. Esta etapa foi fundamental para a concretização desta pesquisa!

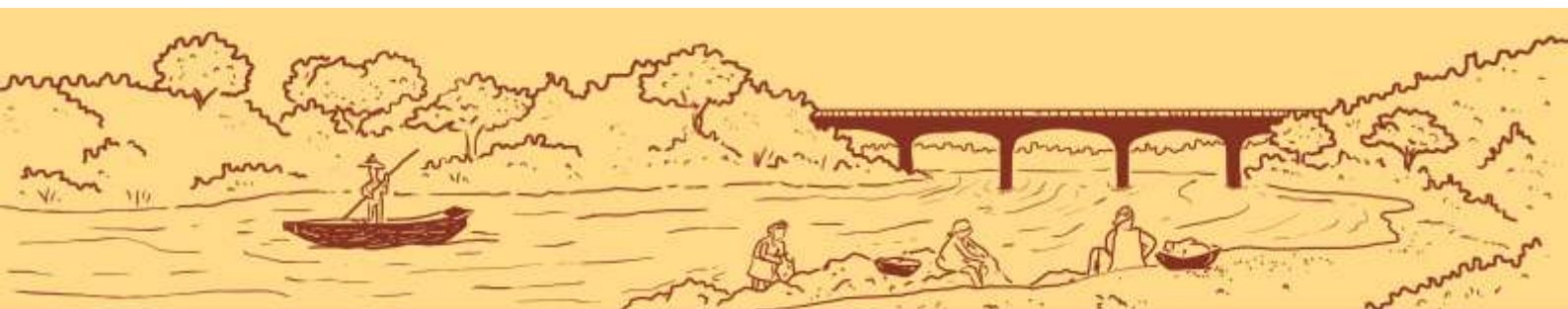
Ao artista Tarick Haziz, autor de todas as ilustrações desenvolvidas exclusivamente para esta pesquisa. Obrigado por compreender a fundo todos os meus desejos com relação a este projeto e dar o melhor de si. O seu trabalho merece ganhar o mundo!

A banca avaliadora da qualificação e defesa final: Sebastiana Luiza Bragança Lana, Laura de Souza Cota Carvalho Silva Pinto e Nadja Maria Mourão. Todos os conselhos e recomendações feitas por vocês foram essenciais para o sucesso deste trabalho. Sou muito grata por tê-las em minha banca e por dividirem seus conhecimentos comigo!

Enfim, a todas as pessoas que direta ou indiretamente participaram deste trabalho.

Meus mais sinceros e carinhosos agradecimentos!

<3



“Quem partilha algo não está dividindo... E sim multiplicando.”
(Padre Fernando, 29/07/2018, Araçuaí – MG).

JEQUITIVALE

(Verono)

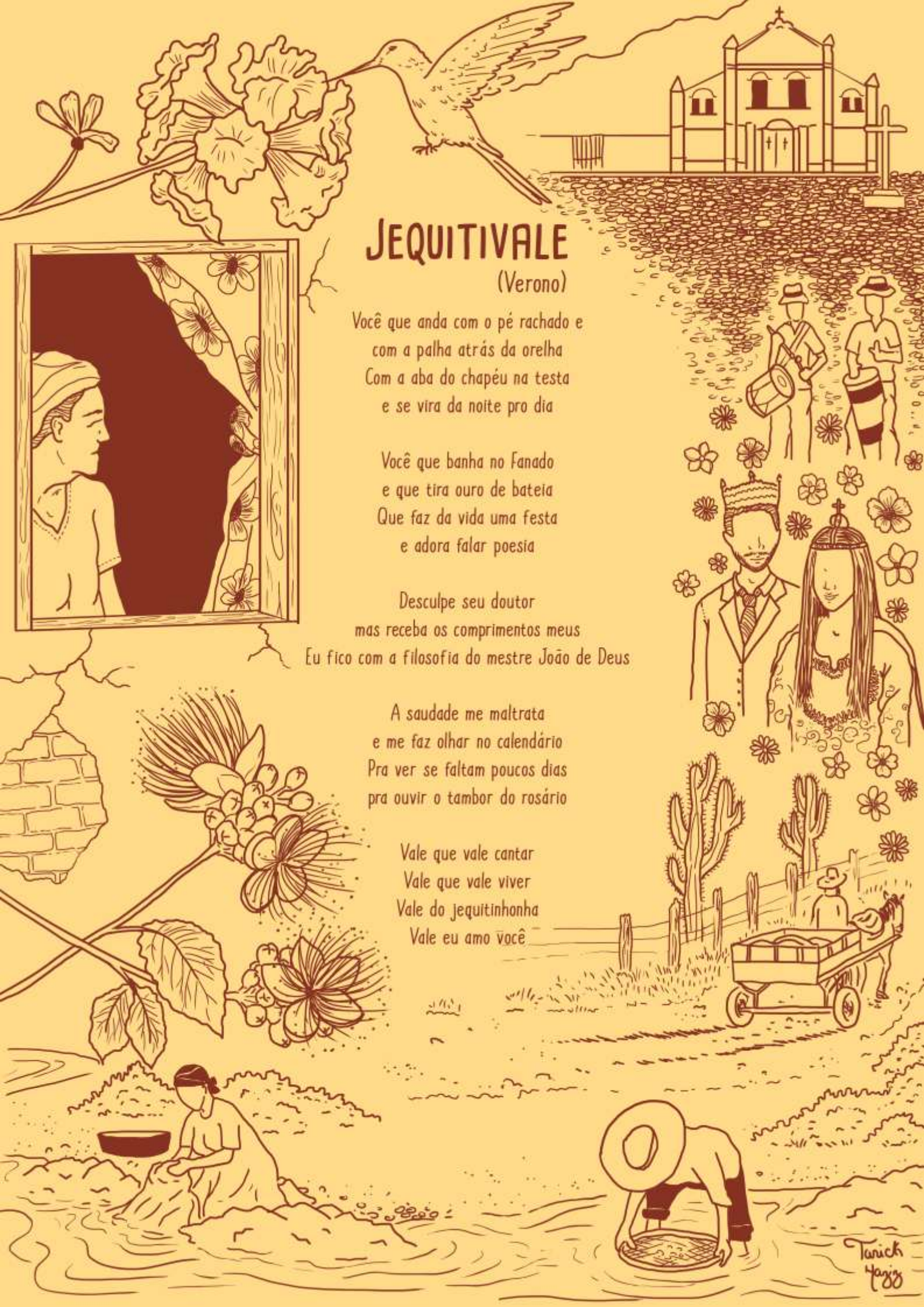
Você que anda com o pé rachado e
com a palha atrás da orelha
Com a aba do chapéu na testa
e se vira da noite pro dia

Você que banha no Fanado
e que tira ouro de bateia
Que faz da vida uma festa
e adora falar poesia

Desculpe seu doutor
mas receba os cumprimentos meus
Eu fico com a filosofia do mestre João de Deus

A saudade me maltrata
e me faz olhar no calendário
Pra ver se faltam poucos dias
pra ouvir o tambor do rosário

Vale que vale cantar
Vale que vale viver
Vale do Jequitinhonha
Vale eu amo você



RESUMO

Sabe-se que o design tem expandido suas fronteiras e vem adquirindo uma forma mais ampla, sistêmica e humanista ao longo das últimas décadas. O design voltado para atender as reais necessidades da sociedade vem ganhando força através de debates, pesquisas e ações nesta área do conhecimento; além de uma maior conscientização por parte dos designers que se deve assumir o papel de agente transformador dentro da sociedade. Este trabalho tem como objetivo demonstrar como a atuação do design junto ao artesanato pode favorecer o desenvolvimento de produtos com valor mercadológico, possibilitando assim maior geração de renda para artesãos e pequenos produtores de artigos manuais, bem como sua valorização cultural. Para isso desenvolveu-se a presente pesquisa pautada em uma abordagem qualitativa de natureza aplicada. O método de investigação é o estudo de caso através do procedimento de pesquisa – ação. A pesquisa encontra-se estruturada em três etapas: construção do referencial teórico baseado nos assuntos que permeiam os campos do design, artesanato, sustentabilidade e inovação social; execução da pesquisa de campo e práticas junto à cooperativa Dedo de Gente da cidade de Araçuaí e na última etapa o desenvolvimento de uma base de dados (caderno de produtos digital). Os resultados demonstraram que o design pode de fato contribuir com o desenvolvimento de produtos com alto valor mercadológico através da agregação de valor aos mesmos, contribuindo assim para a transformação social, maior geração de renda e valorização da cultura local. O projeto encontra-se em fase de andamento, a nível de defesa final.

Palavras-chave: Design e artesanato; Design social; Geração de renda; Produção artesanal; Araçuaí.

ABSTRACT

Design is known to have expanded its boundaries and has taken on a broader, systemic and humanistic form over the last decades. Design aimed at meeting the real needs of society has been gaining strength through debates, research and actions in this area of knowledge; In addition to a greater awareness on the part of designers, the role of transformative agent within society must be assumed. This work aims to demonstrate how the performance of design with handicrafts can favor the development of products with market value, thus enabling the greater generation of income for arts and small producers of handicrafts, as well as their cultural appreciation. For this, the present research was developed based on a qualitative approach of applied nature. The investigation method is the case study through the action research procedure. The research is structured in three stages: construction of the theoretical framework based on the subjects that permeate the fields of design, crafts, sustainability and social innovation; field research and practices with the Finger of People cooperative of the city of Araçuaí and in the last stage the development of a database (digital product notebook). The results showed that design can in fact contribute to the development of products with high market value by adding value to them, thus contributing to social transformation, greater income generation and appreciation of local culture. The project is currently underway at the final defense level.

Keywords: *Design and crafts. Social design. Income generation. Handmade production. Araçuaí.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Esgoto a céu aberto.

Figura 2 – Construção UBS paralisada.

Figura 3 – Entrada da Cooperativa.

Figura 4 – Área interna da Cooperativa.

Figura 5 – Design social.

Figura 6 – Tripé da sustentabilidade.

Figura 7 – Estratégias de *Life Cycle Design* e fases do ciclo de vida.

Figura 8 – Cartões produzidos pela fabriqueta Tintas de Terra.

Figura 9 – Tinta preta que é obtida através do carvão.

Figura 10 – Trabalho de quebra dos blocos de terra.

Figura 11 – Bloco de terra lilás e branco antes da separação.

Figura 12 – Esboço sendo feito na peça antes da pintura.

Figura 13 – Artesãos trabalhando na oficina.

Figura 14 – Organização das tábuas de madeira.

Figura 15 – Esboço dos produtos a serem desenvolvidos.

Figura 16 – Acabamento final na peça com cera.

Figura 17 – Artesão utilizando o *Excel* para calcular os custos dos produtos.

Figura 18 – Moldes utilizados pelos artesãos.

Figura 19 – Espaço da Fabriqueta Arte em madeira.

Figura 20 – Mapa de localização da loja Dedo de Gente da cidade de Araçuaí.

Figura 21 – Espaço da loja Dedo de Gente da cidade de Araçuaí.

Figura 22 – Quintal da loja Dedo de Gente.

Figura 23 – Exposição permanente de artesãos ao lado da loja.

Figura 24 – *Tags* utilizadas nos produtos.

Figura 25 – Embalagem utilizada na loja e folder.

Figura 26 – Discussão entre os artesãos e apresentação da atividade.

Figura 27 – Artesãos analisando dados do cliente e construção do Mapa de empatia.

Figura 28 – Mapa de empatia preenchido pelos artesãos.

Figura 29 – Apresentação sobre o tema da aula e artesãos reunidos.

Figura 30 – Artesãos reunidos discutindo sobre os novos produtos e atividade realizada.

Figura 31 – Artesãos sobre a ponte do Rio Araçuaí e o grupo reunido na cooperativa.

Figura 32 -- Fotos tiradas pelos artesãos.

Figura 33 – Painéis de referências com fotos tiradas durante a expedição fotográfica.

Figura 34 – Apresentação pela pesquisadora sobre o tema criatividade.

Figura 35 – Artesãos durante atividade do Desafio do *Marshmallon*.

Figura 36 - Encontro com a palestrante e discussão entre o grupo.

Figura 37 – Trabalho do artista Vik Muniz em Jardim Gramacho.

Figura 38 – Artesãos discutindo sobre os esboços da geração de alternativas.

Figura 39 – Palestrante falando para a turma sobre o tema inovação.

Figura 40 – Artesãos reunidos realizando o exercício do Modelo de Negócio Pessoal.

Figura 41 – Apresentação sobre marketing com convidada.

Figura 42 – Construção do plano de ação em marketing.

Figura 43 – Porta cachaça Kiau.

Figura 44 – Bandeja da ponte.

Figura 45 – Bandeja Araçuaí.

Figura 46 – Bandeja Jequitinhonha.

Figura 47 – Porta toalha em madeira.

Figura 48 – Passarinhos na janela.

Figura 49 – Passarinhos na janela em detalhe.

Figura 50 – Quadros de madeira pintados.

Figura 51 – Porta planta Flores do Cerrado.

Figura 52 – Porta planta Passarinho.

Figura 53 – Cabideiro Cavalos.

Figura 54 – Porta vinhos Cavalo.

Figura 55 – Porta velas.

Figura 56 – Porta velas modelo 02.

Figura 57 – Marca páginas.

Figura 58 – Marca páginas em detalhe.

Figura 59 – Exposição dos produtos desenvolvidos após as oficinas.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Design social x Design formal.

Quadro 2 – Critérios da dimensão social para a prática projetual.

Quadro 3 – Metodologia.

Quadro 4 – Análise dos produtos.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- APEX** - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
- CEBDS** - Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável
- CETEC** – Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais
- CMMAD** - Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento
- CPCD** - Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento
- CPF** – Cadastro de Pessoas Físicas
- COPASA** - Companhia de Saneamento de Minas Gerais
- ESDI** - Escola Superior de Desenho Industrial
- EF** - *Ecological Footprint*
- FEBEM** - Fundação Estadual para o Bem Estar do Menor
- HBR** - *Harvard Business Review*
- IBGE** - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- ICOGRADA** - *International Council of Associations of Graphic Design*
- ICSID** - *International Council of Societies of Industrial Design*
- IFI** - *International Federation of Interior Designers*
- IPCC** - Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas
- IPHAN** - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
- JK** - Juscelino Kubitschek
- LCD** - *Life Cycle Design*
- LGBTI** - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Intersexuais

MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio

MG – Minas Gerais

MMA – Ministério do Meio Ambiente

ODM – Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

ONGs - Organizações não Governamentais

PAB – Programa Artesanato Brasileiro

PBD - Programa Brasileiro de Design

PET - Polietileno tereftalato

PNUD – *Human Development Report 2016*

PPGD – Programa de Pós Graduação em Design

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEDESE – Secretaria de Estado de Trabalho E Desenvolvimento Social

SESC – Serviço Social do Comércio

UBS – Unidade Básica de Saúde

UEMG – Universidade do Estado de Minas Gerais

UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UNIP - Universidade Paulista

UNOPAR – Universidade Norte do Paraná

WCC - *World Craft Council*

WCED - *World Commission on Environment and Development*

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO.....	24
1.1 Problema.....	27
1.2 Objetivos	30
1.2.1 Objetivo geral	30
1.2.2 Objetivos específicos.....	31
1.3 Justificativa.....	31
1.4 Delimitação do estudo	35
1.5 Organização da dissertação.....	36
 CAPÍTULO 2: REFERENCIAL TEÓRICO	 38
2.1 O design: conceitos e breve trajetória	38
2.2 Design social	48
2.3 O artesanato: dos primórdios aos dias atuais	53
2.3.1 Categorias de artesanatos	56
2.3.2 Classificação por função	58
2.3.3 Classificação por organização.....	59
2.3.4 Classificação por tipologia.....	60
2.3.5 Atividade artesanal: benefícios e dificuldades do setor	62
2.4 Interface design e artesanato	65
2.4.1 Modos de atuação do designer junto ao artesanato.....	67
2.5 Sustentabilidade	71
2.5.1 Design para a sustentabilidade	74
2.5.2 A sustentabilidade na produção artesanal.....	79
2.6 Inovação social.....	81
 CAPÍTULO 3: METODOLOGIA.....	 84
3.1 Campo e escolha do objeto de estudo	87
3.2 Sujeitos participantes da pesquisa	88
3.2.1 Critérios de inclusão	88
3.2.2 Critérios de exclusão	88
3.3 Instrumentos de coleta de dados	89
3.4 Procedimentos de coleta de dados	89

3.5 Tabulação dos dados	89
-------------------------------	----

CAPÍTULO 4: ESTUDO DE CASO..... 91

4.1 Cooperativa Dedo de Gente	92
4.2 Cooperativa Dedo de Gente da cidade de Araçuaí	94
4.3 Fabriqueta Tintas de Terra	96
4.3.1 Processo de produção.....	97
4.3.2 O ambiente de trabalho	101
4.3.3 Principais dificuldades	102
4.4 Fabriqueta Arte em madeira.....	103
4.4.1 Processo de produção.....	105
4.4.2 O ambiente de trabalho	110
4.4.3 Principais dificuldades	112
4.5 Loja Dedo de Gente	114
4.5.1 Análises dos produtos	121
4.5.2 Análises da loja e comercialização.....	126
4.6 Oficinas de Design e artesanato	128
4.6.1 Design e artesanato	128
4.6.2 O cliente	130
4.6.3 Comunicação do produto	132
4.6.4 Cultura material e imaterial.....	134
4.6.5 Expedição fotográfica.....	136
4.6.6 Criatividade	139
4.6.7 Sustentabilidade.....	142
4.6.8 Documentário Lixo Extraordinário	144
4.6.9 Inovação para produtos típicos	147
4.6.10 Marketing e sua importância para o sucesso de um produto	150
4.7 Produtos desenvolvidos após as oficinas.....	153
4.8 Exposição dos produtos	164

CAPÍTULO 5: ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS 166

5.1 Do referencial teórico	167
5.2 Das oficinas de design e artesanato	168
5.3 Caderno de produtos digital	171

CAPÍTULO 6: CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	172
--	------------

REFERÊNCIAS.....	176
-------------------------	------------

APÊNDICES	184
------------------------	------------

a. Questionário 01 – Produtos da Cooperativa Dedo de Gente	184
b. Termo de uso de imagem.....	186
c. Termo de compromisso de participação.....	187
d. Quadro 1 – Atividade da oficina “Design e artesanato”	188
e. Quadro 2 – Atividade da oficina “Design e artesanato”	189
f. Questionário de perfil de consumidor.....	190
g. Gráficos gerados a partir do questionário de perfil do consumidor	195
h. Caderno de produtos digital	204

ANEXOS	216
---------------------	------------

a. Ferramenta Mapa de empatia	216
b. Ferramenta para criação de persona	217
c. Ferramenta Mapa de valor	218



Jonick
Hayes



*“Estejam vigilantes, mantenham-se firmes na fé,
sejam homens de coragem, sejam fortes.”*

1 Coríntios 16:13

INTRODUÇÃO

Pode-se observar nos últimos tempos um aumento de abordagens de design que vão além de projetos industriais, evoluindo para uma visão ampla e sistêmica. A necessidade de contemplar problemas de natureza social e ambiental tornaram-se latentes na sociedade. Como afirma Pazmino (2007), os problemas sociais fazem parte da realidade das cidades, as intensidades deles são diferentes de acordo com a região, porém nenhum profissional deve ignorá-los. “O design existe para todos e, portanto, deve ser divulgado, levado a locais onde ele ainda não existe de maneira formal, tornando-o acessível ao maior número possível de pessoas” (ENGLER et al., 2010, p.33).

Diversos fatores contribuíram para a ampliação do foco projetual do Design ao longo do tempo. Hoje, o design atravessa os mais diversos campos do conhecimento, com o desafio de propor soluções para temas complexos que necessitam de novas conexões, envolvendo produtos, serviços e comunicação. De forma conjunta e sustentável, tal prática contribui para a ampliação do papel do designer como agente transformador e ressalta a importância do desenvolvimento de relações transversais.

Ao longo dos anos modificaram-se também a forma de produção e de consumo. A industrialização e o estilo de vida humano foram significativos para estabelecer a efemeridade e a homogeneização dos produtos. Rybalowski (2008, p. 29) destaca a “[...] necessidade de diferenciação dos produtos por meio da agregação de valor, oferecendo produtos que se destaquem daqueles oferecidos pela concorrência”.

As transformações sociais, a reivindicação para uma sociedade mais justa, o olhar atento aos direitos humanos, às diferentes opções sexuais, a inclusão dos negros, índios e demais etnias, o respeito à criança, ao adolescente, aos idosos, o respeito às diferenças, enfim, proporcionou um campo aberto para reafirmação de identidades, antes escondidas, ignoradas ou recusadas pelo mundo fundamentalista, capitalista.

Segundo Bauman (1999 apud Marinho e Vergara, s.d.) a sociedade pós-moderna de consumo é uma sociedade dividida em estratos (camadas sociais), hierarquizada e que apresenta frágeis laços sociais. Nela, existe uma parcela de pessoas ávidas por produtos que os diferenciem devido à intensa massificação e uniformização dos mesmos, sem nenhuma carga identitária ou diferenciação tornando-o apenas mais um em meio a milhões já existentes. O autor ainda acredita que o artesanato trabalhado de forma positiva, que reflita e transpasse a sua identidade e seu contexto sociocultural tem potencial para atender a esta demanda de mercado. Este mercado comprador não se limita às peças exclusivas ou originais, mas aceita a produção seriada, desde que replicada em pequena escala.

O artesanato brasileiro apresenta uma grande diversidade, seja pelo tipo de matéria-prima utilizada, pela técnica, pelo produto que é confeccionado, ou pelas diversas realidades vividas pelos artesãos. Os produtos tendem a apresentar uma carga identitária e simbólica sendo muitas vezes exclusivos ou feitos em pequenas

quantidades. Tudo isso gera uma agregação de valor única ao produto artesanal colocando-o em um patamar de diferenciação.

O aumento da atividade artesanal em algumas regiões está relacionado com inúmeras transformações econômicas e sociais que a sociedade vem passando. Este aumento também é justificado pelo interesse do poder público no “combate a pobreza, na promoção da inclusão social e no combate às desigualdades sociais” (FRANÇA, 2004, apud ABBONIZIO e FONTOURA, 2008, p. 2619) que o setor artesanal tem poder de promover. Nesse sentido, há um investimento crescente no apoio a pequenos produtores e artesãos voltados para o empreendedorismo em que o design pode ser um agregador de valor pela sua natureza e abrangência no processo, do planejamento ao consumidor final.

O design, através de seus conhecimentos e sua transversalidade com outras áreas, somado ao artesanato e sua capacidade de congrega aos objetos referências culturais, simbólicas e individualidades, podem potencializar a criação de produtos diferenciados e de alto valor agregado. “A valorização do artesanato como objeto de consumo passa a ser ao mesmo tempo uma fórmula contra o risco de extinção da atividade e uma forma de satisfação ao desejo gerado na sociedade pós-industrial” (SILVA, 2009, *on-line*). Sociedade esta que anseia por artefatos que fujam da massificação e uniformização atual.

O design tem a possibilidade de assumir o papel de mediação entre diversas áreas como a tecnologia, o marketing, o mercado, o consumo, a estética com o intuito de concretizar o entendimento de sua ação de forma mais ampla e expressar o seu diferencial (BORGES, 2003). Isso faz com que o design exceda suas fronteiras produtivas, tecnológicas e econômicas, abrangendo assim aspectos relacionados ao “ser humano ético, social, cultural e ambiental, em um sistema de rede aprimorando a função do design”, segundo Mourão e Martins (2014, p.26).

Este estudo busca identificar como a atuação do design junto ao artesanato pode favorecer o desenvolvimento de produtos com valor mercadológico, possibilitando assim o aumento da geração de renda em comunidades que se encontram às margens da sociedade. “O design pode, e deve, transcender sua dependência exclusiva do sistema produtivo, transformando-se em agente de mudança,

contribuindo para a viabilização de uma agenda de desenvolvimento comprometida com o resgate da dívida social” (BARROSO, 2001, p.1 apud MARTINS, 2013).

A necessidade de executar práticas voltadas para o aperfeiçoamento e melhorias no produto artesanal, valorização da cultura e tradição regional e atividades que estimulem a capacidade criativa destes artesãos são notórios para a competitividade dentro de um modelo capitalista no qual concorrência de mercado se tornou global. Considera-se que o resultado desta pesquisa contribuirá para reflexões acerca do artesanato contemporâneo e suas potencialidades. E em decorrência destas reflexões, poder impactar na capacitação das pessoas envolvidas e sua autossuficiência, na difusão dos trabalhos artesanais e geração de renda. No campo do design a pesquisa busca contribuir para maior estreitamento na interface design e artesanato aprofundando discussões anteriores, pensando soluções para os complexos problemas da sociedade atual, sensibilização para maior colaboração de designers no campo do artesanato como forma de permitir um futuro sustentável para o mesmo e afirmação de sua interdisciplinaridade e multidisciplinaridade por outros campos do conhecimento.

Como recorte para este estudo, escolheu-se como campo de observação e análise da cooperativa Dedo de Gente localizada na cidade de Araçuaí, região norte do estado de Minas Gerais. A cooperativa é dividida em diversas unidades de produção, conhecidas como “fabriquetas” que são núcleos de produção artesanal específicos para cada técnica de produção dominante da cooperativa. Como objeto deste estudo, pretende-se trabalhar com as fabriquetas ‘tintas de terra’ e ‘arte em madeira’.

1.1 Problema

Araçuaí, território escolhido para o desenvolvimento desta pesquisa, está localizado no norte do estado de Minas Gerais, na região denominada como Médio Jequitinhonha e que está localizada a 678 km de Belo Horizonte, capital do estado. Esta é uma das regiões com o mais baixo índice de renda do país. A cidade possui aproximadamente 40.000 habitantes e cerca de 70 comunidades rurais que integram o município totalizando uma área de 2.326 km². As principais atividades econômicas são a agricultura, pecuária, comércio e artesanato (BORGES, 2008).

Segundo Borges (2008, p.16), 'Araçuaí é um município que acumula desafios'. São diversos os problemas que a comunidade precisa enfrentar diariamente para que a população local possa suprir suas necessidades básicas de moradia, rendimentos, educação, saúde, infraestrutura e trabalho (Fig. 01 e 02). Essa falta de oportunidade e perspectivas muitas vezes leva o cidadão a buscar melhores condições de vida em cidades metrópoles, como a capital mineira gerando um intenso êxodo principalmente de jovens que não veem possibilidades de melhoria de vida ou emprego (BORGES, 2008).

Figura 01: Esgoto a céu aberto.



Fonte: Blog do Balu, 2011.

Figura 02: Construção UBS paralisada.



Fonte: Jornal Gazeta de Araçuaí, 2017.

Por esta razão diversos projetos sociais são desenvolvidos na cidade e na região. O Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento (CPCD) é uma destas iniciativas que se instalou na cidade em prol do desenvolvimento local e de melhores condições de vida para a população. O CPCD é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos e de utilidade pública, que está vinculada ao 3º Setor (de natureza privada e função social pública). Foi fundada em 1984, pelo educador e antropólogo Tião Rocha, em Belo Horizonte/MG, para atuar nas áreas de Educação Popular de Qualidade e Desenvolvimento Comunitário Sustentável, tendo a cultura como matéria prima e instrumento de trabalho, pedagógico e institucional, segundo dados do site¹ da instituição.

O CPCD realizou diferentes projetos sociais na comunidade, dentre eles a criação da Cooperativa Dedo de Gente (Fig. 03 e 04). O objetivo da cooperativa é a geração

¹ <http://www.cpcd.org.br/>.

de oportunidades inovadoras para o desenvolvimento humano e profissional para jovens da cidade. A cooperativa é dividida em diversas unidades de produção, conhecidas como “fabriquetas” que são núcleos de produção artesanal solidária, nas quais o desenvolvimento dos produtos é feito de forma individual e coletiva. De acordo com informações do site da cooperativa, cerca de 70% do orçamento disponibilizado mensalmente provém das vendas que ocorrem através do site, na loja da cidade ou por encomendas.

Figura 03: Entrada da Cooperativa.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Figura 04: Área interna da cooperativa.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Através de entrevista² realizada com a coordenadora da cooperativa na cidade de Araçuaí, Edilúcia Borges Luiz, a mesma relatou de forma sucinta a história da cooperativa, mostrou os produtos que são desenvolvidos, explicou sobre o funcionamento geral e levantou algumas dificuldades que as fabriquetas ‘Tintas da Terra’ e ‘Arte em madeira’ enfrentam atualmente, principalmente relacionado à comercialização das peças e que serão objeto deste estudo.

A coordenadora também relatou que há três anos a cooperativa não recebe investimentos de empresas que eram parceiras e por isso as fabriquetas reduziram o número de participantes, não se tem mais bolsistas, apenas cooperados que recebem de acordo com a demanda de trabalhos. Demandas estas que muitas vezes são sazonais, não podendo prever uma média de ganho mensal.

² Entrevista concedida a pesquisadora no dia 15 de maio de 2018 na sede da Cooperativa Dedo de Gente na cidade de Araçuaí.

A coordenadora da cooperativa também pontuou que a fabriqueta 'Tintas da terra' está com suas atividades suspensas devido à falta de encomendas e a baixa rotatividade dos produtos nas lojas da cidade e outras lojas parceiras. Como ela mesma relata durante a entrevista: 'os produtos não têm boa saída'. Já a fabriqueta 'Arte em madeira' está com suas atividades em andamento e recebe uma quantidade média/baixa de pedidos e vendas pela internet. Ela narra sobre a dificuldade em criar, ter ideias para novos objetos e conta ainda que muitos dos produtos desenvolvidos são produzidos a partir da inspiração de imagens de objetos encontrados na internet os quais ela e os cooperados consideram interessantes e factíveis a partir dos instrumentos disponíveis.

Considerando o design como um importante agente de transformação social, valorização da identidade, construção de novos significados e preservação do meio ambiente (NIEMEYER, 2013), acredita-se que ele pode contribuir com projetos de cunho social, como o citado acima. "O design é uma potência de ativação de sentidos, tanto tradicionais quanto contemporâneos, expressa uma capacidade de criar, transformar e reproduzir objetos tangíveis e intangíveis" de acordo com Barros (p.77, 2016).

Por essa razão, o presente estudo empenhou-se em buscar respostas para o seguinte problema: *'Como a atuação do design junto ao artesanato pode favorecer o desenvolvimento de produtos com valor mercadológico, possibilitando assim maior geração de renda para artesãos e pequenos produtores de artigos manuais, bem como sua valorização cultural?'*.

1.2 Objetivos

Ao delimitar o problema em que este estudo procura apoiar-se, foram definidos os objetivos que serão apresentados a seguir.

1.2.1 Objetivo Geral

Demonstrar como a atuação do design junto ao artesanato pode favorecer o desenvolvimento de produtos com valor mercadológico, possibilitando assim maior

geração de renda para artesãos e pequenos produtores de artigos manuais, bem como sua valorização cultural, através do estudo de caso das fabriquetas “Arte em madeira” e “Tintas da Terra” da cidade de Araçuaí.

1.2.2 Objetivos específicos

A fim de que o objetivo geral seja alcançado, buscou-se traçar os seguintes objetivos específicos:

- Mapear alicerces teóricos sobre design, design social, artesanato, sustentabilidade, inovação social.
- Compreender a realidade e as potencialidades das fabriquetas ‘Tintas da Terra’ e ‘Arte em madeira’, bem como de toda a unidade da Cooperativa Dedo de Gente, no município de Araçuaí.
- Identificar as possibilidades e estratégias de atuação do design vislumbrando um caminho para melhorar as oportunidades mercadológicas dos produtos.
- Efetuar a aplicação de ferramentas de design com a participação dos membros da iniciativa.
- Gerar uma base de dados (catálogo/caderno) para servir como meio de divulgação dos produtos desenvolvidos após a oficina e divulgação da Cooperativa Dedo de Gente.

1.3 Justificativa

O interesse por uma pesquisa de mestrado em design e artesanato se deu a partir da participação e experiências positivas em projetos de pesquisa e extensão ocorridos na Escola de Design – UEMG, durante a graduação: Projeto Minas Raízes³ - Artesanato, Cultura e Design Social (2011) e o Programa Comunidades

³ O 'Projeto Minas Raízes – Artesanato, Cultura e Design Social', foi um projeto de extensão que visava à capacitação de artesãos com o intuito de explorar as potencialidades sem

Criativas das Geraes⁴ (2012). Tais experiências buscaram propor soluções para problemas de comunidades/grupos com base na produção artesanal, através de oficinas e encontros dentro da comunidade. Com intuito de contribuir para o desenvolvimento do artesanato da cidade de Araçuaí e assumindo a importância do papel social e ético do designer, a presente pesquisa se coloca como um caminho oportuno. “O design tem expandido o seu alcance e se mostra como uma das grandes possibilidades pra promover a transformação da realidade em locais carentes de desenvolvimento e perspectivas de futuro” (TORRES, 2015, p.01).

Além disso, segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - o artesanato é uma das atividades econômicas mais importantes para a grande maioria dos municípios brasileiros. A produção artesanal é “reconhecida como uma expressão importante de identidade local e de diversidade cultural, que enriquece o nosso patrimônio simbólico e artístico” (SEBRAE, 2016, p.18). Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, 67% dos municípios no país têm o artesanato presente na economia e dos 8,5 milhões de pessoas que vivem desta atividade, 87% são mulheres (IBGE, 2008).

As necessidades econômicas, a falta de emprego e a instabilidade econômica atual têm induzido o crescimento do número de pessoas que vivem do artesanato. E como explanado na introdução, a sociedade vive um momento importante para o artesanato em função das novas demandas de um mercado que busca originalidade, diferenciação de produtos e personalidade. A partir desta perspectiva, instituições vêm trabalhando em apoio aos artesãos preparando-os para lidar com essa nova realidade, para atender as demandas e buscar melhorias no trabalho e na qualidade de vida.

De acordo com França (2005), após anos de total desamparo o artesanato voltou a ser valorizado promovendo o resgate cultural e a identidade regional. Robson Braga

descharacterizar o artesanato local. O projeto ocorreu em três comunidades produtivas localizadas na região metropolitana de Belo Horizonte: Lagoa Santa, Jequibá e Igarapé. Disponível em: <http://programaminasraizes.blogspot.com/>.

⁴ O Programa Comunidades Criativas das Geraes visava à aplicação de um conjunto de ações baseadas no conceito de Comunidades Criativas. O Programa tinha o intuito a “integração e o beneficiamento de artesãos em seu território por meio de experiências, trocas e dinâmicas culturais, entendendo a criatividade como catalisadora do processo de desenvolvimento econômico, social e humano.” Disponível em: http://sigproj1.mec.gov.br/apoiados.php?projeto_id=82652.

de Andrade, Presidente do Conselho Deliberativo Nacional do SEBRAE (2016) acredita que este retorno da valorização do artesanato se deu a partir de um movimento de retorno às origens, por estarmos em um período de internacionalização, produtos perdem a sua territorialidade e consequentemente os aspectos agregadores de valor. Ele ainda completa que “ [...] a globalização tornou a economia e o conhecimento universais, mas também valorizou a cultura local” (SEBRAE, 2016, p.10).

Instituições como o SEBRAE, SESC, ONGs e designers trabalham juntamente ao artesanato com o intuito de promover o “revigoramento, o resgate do artesanato baseado em nossas tradições culturais, abrindo caminhos para uma possível nova realidade no design brasileiro. E, principalmente, contribuindo para a recuperação da confiança em nossa capacidade de criação” (FRANÇA, 2005, p.10). O trabalho artesanal se coloca hoje como um caminho contrário a massificação e a uniformização dos produtos.

Segundo Ferreira (et al., 2012), atualmente há uma grande pressão para se inovar cada vez mais, tornando preponderante a necessidade de interação de diferentes áreas do conhecimento para o desenvolvimento e criação de novos produtos de alta qualidade e aceitabilidade no mercado. Pensando no campo do artesanato esta realidade não é diferente. Torna-se necessário o relacionamento do artesanato com outros campos do conhecimento bem como a aplicabilidade da inovação neste setor para que ele possa fortalecer-se e criar meios de competir no mercado. “Se desejarmos melhorar e crescer, precisamos inovar. Não é possível esperar resultados diferentes fazendo sempre a mesma coisa” (ENGLER, 2016, p.65).

Para o artesão de hoje não basta apenas ter domínio da técnica daquilo que ele produz. O mercado agora exige novos conhecimentos como noções de tendência, mercado e demanda, além da necessidade de oferecer novas formas de comunicação com clientes e comercialização dos produtos. Registra-se inclusive, originalidade e os vínculos locais devem estar presentes como forma de garantir a diferenciação e inovação dos produtos. Mesmo os artesãos que tenham bons trabalhos e uma alta demanda devem preocupar em adequar-se às novas regras do mercado. “Ser competitivo hoje é uma questão de sobrevivência. Não basta ser bom

naquilo que se faz; é preciso saber vender esse diferencial e saber conquistar o coração e a mente das pessoas” (SEBRAE, 2016, p.08).

Barroso (2002 apud SILVA, 2009) também dialoga sobre a necessidade do artesão em se adaptar as mudanças comerciais que acontecem no mercado. Ele destaca que compreender as modificações que acontecem na sociedade é o primeiro passo para atender a demandas específicas. Investir em racionalização e otimização da produção artesanal, melhoria na qualidade e redução dos custos também são pontos levantados pelo autor.

Sob a perspectiva de Abbonizio e Fontoura (2008, p. 2619):

Independente do grau de interferência nos produtos artesanais e nos processos de produção, o design é frequentemente empregado como área do conhecimento para contribuir para a re-valorização do artesanato, enquanto objeto e bem cultural. Busca-se assim, proporcionar melhores condições de trabalho e de inserção dos artefatos produzidos no mercado, gerando renda aos artesãos e buscando ainda preservar os valores culturais.

O design se insere nesta proposta potencializando o território, os materiais e as pessoas envolvidas. “A criatividade e as habilidades do designer são extremamente necessárias para promover um processo de Inovação social [...]” (TORRES, 2015, p.04). Através do compartilhamento de conhecimento, ferramentas e metodologias do design, torna-se viável a agregação de valor ao produto artesanal e consequentemente um aumento nas vendas e na geração de renda.

O projeto aqui proposto tem como objetivo demonstrar como a atuação do design junto ao artesanato pode favorecer o desenvolvimento de produtos com valor mercadológico, possibilitando assim maior geração e consequentemente, o desenvolvimento local e expansão do produto artesanal para novos mercados, respeitando a cultura de cada local e os conhecimentos de cada artesão. É um trabalho onde o designer e os artesãos desenvolvem produtos de forma co-criativa com o intuito de torná-lo mais adequado às exigências do mercado sem interferir na expressão artística original e sem perder sua dimensão cultural. Segundo Adélia Borges (2011, p. 137) “[...] a aproximação entre designers e artesãos é, sem dúvida, um fenômeno de extrema importância pelo impacto social e econômico que gera e

por seu significado cultural.” A autora ainda afirma que a partir deste convívio e as trocas que ocorrem, ambos os lados têm a ganhar.

Portanto, partindo do pressuposto que o design pode contribuir de forma inovadora para o fortalecimento de grupos sociais principalmente aqueles voltados ao artesanato, entende-se então que é viável capacitar artesãos, apresentando-lhes conceitos importantes e que devem ser levados em consideração durante o desenvolvimento de produtos como, identidade, sustentabilidade, inovação, criatividade e comunicação, abrangendo diferentes áreas do conhecimento de forma complementar; utilizando como inspiração a cultura e identidade local e propiciar as pessoas envolvidas no projeto caminhos para um aumento na geração de renda e divulgação dos trabalhos. Tais práticas são importantes para provocar uma mudança positiva nas pessoas com relação à autoestima, valorização do trabalho artesanal, fixação no local de origem, desenvolvimento local, geração de renda e respeito ao meio ambiente.

Segundo Manzini (2008) conforme citado por Oliveira e Mourão (2017, p.03) “É cada vez mais necessária à intervenção do designer para alcançar uma melhor relação produto - ambiente - sociedade, e isto inicialmente pode ser atingido com a formação de uma cultura de designers conscientes dos problemas sociais e dos impactos ambientais”.

1.4 Delimitação do estudo

Como forma de definir os limites do presente estudo serão apresentados o critério espacial, temporal e o recorte espacial utilizados. O lócus da observação encontra-se na cidade de Araçuaí, no vale do Jequitinhonha, região norte do estado de Minas Gerais. A cooperativa Dedo de Gente é uma iniciativa que foi criada pelo CPCD com o intuito de jovens trabalharem coletivamente em busca do desenvolvimento local e pessoal. A cooperativa é formada por ‘fabriquetas’ que podem ser definidas como núcleos de produção de tecnologias populares e comunitárias que visam o fortalecimento da renda familiar. Portanto, podemos definir como local de estudo o ambiente onde as fabriquetas da Cooperativa Dedo de Gente da cidade de Araçuaí estão inseridas.

A sede da cooperativa ocupa o espaço da antiga e extinta FEBEM (Fundação Estadual para o Bem-Estar do Menor) da cidade, localizado na esquina das ruas José Pinto Colares e Minas Gerais, no bairro Alto Santuário. Além deste ambiente, optou-se em analisar também o espaço onde os produtos são comercializados: a loja Dedo de Gente, localizada na rua Dom Serafim, 233, no bairro centro da cidade de Araçuaí. O recorte espacial definido para o presente estudo serão as fabriquetas ‘Tintas da terra’ e ‘Arte em madeira’, constituídas por seis jovens artesãos da cidade.

O critério temporal utilizado é o tempo passado e presente da cooperativa bem como de suas fabriquetas ‘Tintas da terra’ e ‘Arte em madeira’. A delimitação abrangerá desde o início de suas atividades na cidade até a sua atual configuração. Pretende-se com essa delimitação temporal compreender as necessidades para seu surgimento, os caminhos traçados desde então, as formas de trabalho e organização empregadas, as dificuldades atuais, caminhos que possibilitem a melhoria de suas atividades, dentre outros aspectos.

1.5 Organização da pesquisa

Esta qualificação que está vinculada a linha de pesquisa do PPGD/UEMG “Design, cultura e sociedade”⁵ e encontra-se estruturada em cinco capítulos, conforme descrito a seguir:

- i. No primeiro e atual capítulo, após a contextualização da temática, apresenta-se o problema, a delimitação do objeto de estudo, objetivos geral e específicos, a justificativa e as delimitações. Por fim, apresenta-se a organização geral da qualificação.
- ii. O segundo capítulo, intitulado como “Referencial Teórico”, expõe uma visão sobre os principais assuntos que justificam e norteiam a proposta da pesquisa. Esta revisão é necessária para compreender o problema que será trabalhado. No primeiro item é apresentado o conceito de design e uma breve

⁵ A Linha de Pesquisa Design, Cultura e Sociedade busca investigar as interconexões de base fenomenológica e lingüística do design com a realidade social. Busca a compreensão contextual da atividade de design na reprodução dos valores culturais de um território, dos códigos e símbolos presentes na representação sintética da cultura material dos diferentes grupos e estilos de vida, locais e globais.

trajetória da sua história. No segundo item é abordado o Design social, sua definição, comparação com o design formal e as diretrizes de projeto em design social. O terceiro item compreende-se o artesanato, sua história, definições quanto à categoria e demais classificações. No quarto e quinto item apresenta-se respectivamente a interface entre as áreas design e artesanato e os modos de atuação entre elas. No sexto item é levantado o tema sustentabilidade de uma forma mais ampla. No sétimo item, procurou-se compreender melhor a relação que existe entre a sustentabilidade, o artesanato e o design. Para finalizar, no oitavo item contempla-se o tema Inovação social e suas relações com os demais temas apresentados nos itens acima.

- iii. O terceiro capítulo, 'Metodologia', indica e fundamenta o método científico de desenvolvimento da pesquisa. Apresenta o tipo de pesquisa, o método e os instrumentos de investigação adotados, a forma de tabulação e tratamento dos dados.
- iv. O quarto capítulo, apresenta o Estudo de Caso desenvolvido para este trabalho. Neste capítulo optou-se por fazer um levantamento da história da Cooperativa Dedo de Gente e da atuação da cooperativa na comunidade de Araçuaí apresentados no primeiro item. Nos itens subsequentes: a compreensão do processo de produção, ambiente de trabalho e principais dificuldades das fabriquetas "Arte em madeira" e "Tintas de Terra", análise dos produtos e do ambiente onde os mesmos são comercializados (Loja Dedo de Gente), descrição das oficinas e atividades realizadas com o grupo de artesãos e produtos desenvolvidos após a finalização das oficinas. Para a finalização deste capítulo descreveu-se a exposição realizada.
- v. No quinto são apresentadas as discussões dos resultados desta pesquisa através da análise das oficinas, caderno de produtos digital e as publicações acadêmicas desenvolvidas a partir desta pesquisa.
- vi. O sexto e último capítulo são apresentadas as considerações finais do estudo, seguida das referências, apêndices e anexos utilizados para a realização desta pesquisa.



*“Consagre ao Senhor tudo o que você faz,
e os seus planos serão bem-sucedidos.”*

Provérbios 16:3

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo propõe-se um levantamento do referencial teórico necessário para aprofundar e ampliar a reflexão do leitor quanto às definições, conceitos e histórico sobre design e suas relações com os temas: artesanato, produção artesanal, sustentabilidade e Inovação social. Sob o ponto de vista de autores reconhecidos em suas áreas de atuação, destacando: Adélia Borges (2003; 2011), Rafael Cardoso (2000; 2004), Lucy Niemeyer (1997; 2008), Nestor Canclini (1983; 2000), Enzo Manzini (2008), Carla Cipolla (2012), Ana Pazmino (2007; 2018), Rita Engler (2016; 2018) entre outros autores e instituições de renome nos temas que serão apresentadas.

2.1 O Design: Conceitos e breve trajetória

Muitos autores já discutiram o conceito de design, porém, ainda não se tem um definido. ABS et al. (2003) justifica a falta de um consenso comum quanto a definição do conceito, pois o design ainda é um campo novo do conhecimento e dinâmico, não tendo ainda suas fronteiras delimitadas e que está em busca de descobrir o limite de seus conhecimentos. Sendo a engenharia e a arquitetura campos que trabalham com atividades projetuais, o design é muitas vezes confundido com estas áreas do conhecimento, além do artesanato, artes plásticas e artes gráficas que geram artefatos físicos assim como o design. A maioria das definições encontradas concorda que o design trabalha como uma ponte, sendo o responsável por atribuir forma material a conceitos intelectuais (CARDOSO, 2004).

Segundo Cardoso (2004) a palavra *design* tem sua origem mais antiga no latim, definida como *designare*, a qual pode significar tanto desenhar como designar. O autor ainda apresenta a origem inglesa da palavra que significa ideia, desígnio, intenção, arranjo, estrutura. De acordo com Costa e Melo (1977), desígnio, palavra de raízes portuguesas, tem como significado 'intento; ideia; projeto; propósito'. Sendo assim, pode-se definir que a tradução mais aproximada para a palavra *design* seja projeto ou desenho segundo os autores acima citados. O design se formou e se transformou destas últimas décadas a partir deste conceito de desígnio, de projeto amplo, muito além do desenho, e nos últimos anos vem abarcando um contexto ainda maior que inclui aspectos socioeconômicos e culturais.

O *International Council of Societies of Industrial Design* – ICSID⁶ (Conselho Internacional das Organizações de Design Industrial) que tem como objetivo proteger e promover os interesses do profissional de Desenho Industrial define *design* como:

[...] uma atividade criativa cuja finalidade é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas em ciclos de vida inteiro. Portanto, *design* é o fator central da

⁶ O *International Council of Societies of Industrial Design* – ICSID foi criado em 1957 e tem servido como uma plataforma internacional utilizada em mais de 50 países por estudantes e profissionais, dedicados ao reconhecimento e crescimento da comunidade do Design Industrial. Além disso o conselho organiza e patrocina iniciativas em todo o mundo. Disponível em: <https://zupi.com.br/icsid-design-para-um-mundo-melhor/>.

humanização inovadora de tecnologias e o fator crucial de intercâmbio cultural e econômico. (ICSID, 2017, s.p).

A definição exposta acima coloca o design em um campo de visão mais amplo. Define o *design* como uma atividade de criação de produtos/serviços levando em consideração suas interfaces, processos, o seu ciclo de vida e a relação do objeto com usuário e a sociedade. Essa relação deve ser tanto na interação entre usuário e objeto, entre quem produz e consome e no intercâmbio do produtor, usuário e sociedade.

Para Araújo o *Design* apresenta-se como:

[...] uma atividade fundamental para o desenvolvimento econômico e social de um país, numa época de grande exigência do consumidor e de uma concorrência feroz que se desenvolve numa economia global, onde as fronteiras desaparecem do dia para a noite e as empresas procuram, pela aplicação da inovação industrial sistemática, atrair para si clientes, através de produtos de qualidade, projetados a pensar no gosto do cliente e no valor que estes lhe proporcionam em função do preço que paga. (ARAÚJO, 1995, P. 9).

O autor define o design como uma atividade de extrema importância nos dias atuais, pois a concorrência entre as empresas está cada vez mais acirrada e os consumidores cada vez mais seletivos e exigentes no momento de compra. Assim, o design é colocado como fator de diferenciação numa economia na qual não existem mais fronteiras e a relação qualidade/preço, satisfação do cliente e a inovação são colocadas como pontos cruciais.

Couto e Oliveira (1999, p. 170) apresentam um conceito de *design*, o qual pode ser definido como referência para esta pesquisa: O design pode ser conceituado como uma tecnologia projetual que tem como finalidade o desenvolvimento de produtos, seguindo uma configuração seja para produção em pequena ou grande escala, levando em consideração questões quanto ao uso, significação, desempenho, funcionamento, custo, produção, comercialização, mercado qualidade formal e estética, impacto ambiental, urbano e ecológico.

O designer durante a sua prática projetual deve levar em consideração diversos fatores que envolvem toda a cadeia de concepção do produto e a interação do mesmo com o mercado e os usuários. Como exemplo pode-se citar a necessidade

de análise da tecnologia e do processo de fabricação, a resistência dos materiais e seus componentes, requisitos ergonômicos de conforto, segurança para o usuário, questões estéticas do produto, aspectos mercadológicos de diferenciação com relação a produtos similares, dentre outros (COUTO e OLIVEIRA, 1999).

De acordo com Burdek (2006) objetos de design não são desenvolvidos levando em consideração apenas sua configuração. Questões como o desenvolvimento socioeconômico e cultural devem ser analisados. “ [...] os fundamentos históricos e as condições de produção técnica têm papel importante, assim como os fatores ergonômicos ou ecológicos com seus interesses políticos e as exigências artísticas – experimentais” (2006, p.225). O autor ainda completa que ao se trabalhar com design é necessário refletir sobre as condições e meios em que os objetos foram planejados e transpor tais aspectos aos produtos.

Segundo Niemeyer (1997) o designer já foi visto de formas distintas de prática e de conhecimento ao longo do tempo, podendo ser dividido em três funções: Em um primeiro momento como ‘Artífice’, aquele que desenvolvia a atividade artística; muitas vezes o único responsável por todas as etapas do processo produtivo. O trabalhador tinha preocupação com a estética, a concepção formal e com a fruição do uso. O ‘Inventor’, aquele que tinha o compromisso com a produtividade do processo de fabricação e a atualização tecnológica. E por fim o ‘Coordenador’, que tinha a função de integrador entre os diferentes especialistas, sendo o responsável pela coordenação das etapas de definição da matéria-prima, processo produtivo, utilização e destino final do produto.

Não é o objetivo desta pesquisa fazer o levantamento do processo histórico do design em minudências. Mas, fazer um sucinto retrospecto dos principais acontecimentos, tendências mais relevantes para que o leitor possa situar-se e compreender melhor a figura do designer, sua evolução durante o processo de industrialização e as relações e transversalidades que a prática do design propõe atualmente. Bem como a sua relação com o artesanato em diversos momentos.

Há inúmeras discussões sobre a origem histórica do design. Para alguns autores, o design está presente desde a Pré-história, quando o homem primitivo dá função aos primeiros objetos que auxiliam o seu contato com o mundo a sua volta (BÜRDEK,

2006). Este fato também é evidenciado no início do filme: 2001 - Uma Odisseia no Espaço⁷ de 2001 dirigido pelo cineasta Stanley Kubrick. Já alguns autores defendem a ideia de que o design surgiu efetivamente durante o processo de industrialização devido às demandas geradas durante este período. Para o presente trabalho será adotado como ponto inicial da história do design o seu aparecimento durante a ascensão da Revolução Industrial segundo descrito por alguns autores, como BÜRDEK (2006), HESKETT (1997) e PEVSNER (2002) (ABBONIZIO e FONTOURA, 2008).

O termo design começou a ser difundido no início do séc. XIX na Inglaterra, durante a primeira Revolução Industrial, dentro das fábricas, no qual operários que detinham um maior conhecimento através de suas experiências e/ou habilidades exerciam atividades de design e passavam a controlar a produção e idealizar produtos (DENIS, 2000). É neste momento que ocorre a ruptura da concepção e produção de um artefato. Anteriormente feito pelo mesmo trabalhador, agora passa a ser dividido entre quem projeta e quem fabrica.

Segundo Bonfim (1998), é a partir desta separação que conseqüentemente ocorre também o afastamento entre o conhecimento teórico, arte e artesanato, e uma nova atividade começa a surgir: o projeto. Segundo Niemeyer (p. 23, 1997) “em design, projeto é o meio em que o profissional, equacionando, de forma sistêmica, dados de natureza ergonômica, tecnológica, econômica, social, cultural e estética, responde concreta e racionalmente as necessidades humanas”. Vale lembrar que nesta época (período da Revolução Industrial) o conceito de projeto não era encarado como descrito por Niemeyer. Tinha-se uma visão mais simplificada e menos complexa em relação ao termo.

O “surgimento do design como profissão ocorreu em lugares, tempos e modos diversos, acompanhando o ritmo e as características particulares da industrialização dos produtos e de cada sociedade” (ONO, 2006, p.50). O design insurge como um

⁷ O filme 2001 – Uma Odisseia no espaço trata sobre diversos temas como a evolução do homem, tecnologia e vida extraterrestre. No filme, homens pré-históricos dão os passos iniciais rumo à evolução humana, dando função aos objetos (ossos de animais) em uma disputa territorial. ‘O osso, fragmento do animal morto para saciar a necessidade do alimento, transforma-se em arma ao prolongar o corpo do agressor que mata o semelhante para mostrar superioridade.’ Disponível em: <https://www.papodecinema.com.br/filmes/2001-uma-odisseia-no-espaco/>.

caminho para o aumento dos lucros das indústrias que estavam naquela época em franca expansão:

Em vez de contratar muitos artesãos habilitados, bastava um bom designer para gerar o projeto, um bom gerente para supervisionar a produção e um grande número de operários sem qualificação nenhuma para executar as etapas, de preferência como meros operadores de máquinas. A remuneração alta dos dois primeiros era mais do que compensada pelos salários aviltantes pagos aos últimos, com a vantagem adicional de que estes podiam ser demitidos sem risco em épocas de demanda baixa. Assim, a produção em série a partir de um projeto representava para o fabricante uma economia não somente de tempo mas também de dinheiro. (CARDOSO, 2004, p. 26).

A maneira de atuação do designer foi se modificando de acordo com os movimentos históricos e sociais. No Brasil, o design teve seus primeiros vestígios na década de 1950, com o desenvolvimentismo e a rápida expansão da base industrial marcado pela Era JK⁸. Outro motivo que impulsionou este alavanque industrial brasileiro foi o momento em que a Europa e Estados Unidos sem encontravam devido à 2ª Guerra Mundial. Tais países não tendo condições de atender a própria demanda de produtos manufaturados foram obrigados a interromper as exportações para outros países como o Brasil. A falta por produtos importados fez com que no Brasil surgisse a necessidade de substituí-los alavancando assim investimentos para o desenvolvimento do parque industrial nacional (CARDOSO, 2004).

No campo do design gráfico, devido à grande evolução da indústria brasileira no campo fonográfico e a chegada de novos padrões tecnológicos, propiciaram uma grande transformação no design de livros e revistas. É nesta época que surge também a atividade de design de capas de discos e o primeiro escritório de design do país: forminform⁹ (CARDOSO, 2004).

⁸ Juscelino Kubitschek era quem estava à frente do governo federal com o seu plano '50 anos em 5', que propunha a criação de condições de infraestrutura favoráveis à industrialização. Segundo Lucy Niemeyer (2013, p.72), 'A construção e a inauguração de Brasília podem ser vistas como síntese daquela época, quando o governo pretendia superar a economia assentada predominantemente em bases agrícolas e colocar o país de acordo com uma ideia de modernidade'. Wilton Azevedo (1998) também destaca em seu livro 'O que é Design' a construção de Brasília como a primeira aparição a nível internacional do design moderno brasileiro.

⁹ forminform era escrito com 'f' minúsculo segundo desejo de seus idealizadores. O escritório tinha como sócio Alexandre Wolner, Geraldo de Barros, Rubem Martins e Walter Macedo, que desenvolveram projetos notáveis para o design brasileiro nesta época (CARDOSO, 2004). A empresa aliava o conhecimento técnico trazido por Alexandre Wolner, adquirido na escola alemã Hochschule für Gestaltung (HfG), e a criatividade e o vanguardismo de Martins e Barros. De acordo com o site da

Porém, foi com a criação da Escola Superior de Desenho Industrial - ESDI, no Rio de Janeiro, em 1963 que se têm o início do *design* de forma mais efetiva no país. A ESDI seguia a linguagem da Escola Superior de Design de Ulm, Alemanha, que acompanhava padrões estéticos modernista da Bauhaus, primeira escola de *design* do mundo criada pelo arquiteto alemão Walter Gropius¹⁰ que funcionou na Alemanha entre 1919 e 1933, após ser fechada pelos nazistas (SANTANA, 2012). Rafael Cardoso destaca que no Brasil ‘a experiência da Bauhaus acabou contribuindo para a consolidação de uma atitude de antagonismo dos designers com relação à arte e ao artesanato’ conforme citado por Borges (2011, p.33). Com o intuito de legitimar o campo do *design* no país estes profissionais procuraram aproximar-se do conhecimento técnico científico afastando-se da criatividade individual.

“Como esta era uma profissão pouco ‘profissionalizada’, [...] foi sendo definida pelos professores de projeto no curso de design: o que eles faziam é que era design, tanto na escola como em seus escritórios” (NIEMEYER, p. 13, 1997). Os alunos tinham como meta reproduzirem em cima do que era desenvolvido pelos professores. A pouca abordagem de fundamentação teórica do curso fragilizou o posicionamento do campo do design frente a outras áreas, como a arquitetura, engenharia, comunicação, etc. Não houve a determinação de um campo de conhecimento específico do *design* o que dificultou no seu reconhecimento e valorização de suas competências pelo mercado de trabalho, segundo Niemeyer (1997).

Durante o final da década de 60 iniciou-se as preocupações com o meio ambiente, fazendo surgir discussões acerca da ecologia humana, preservação, estratégias tecnológicas alternativas e responsabilidade social do designer. Esses temas foram abordados nos livros: *Design for the Real World*, em 1971, de Papanek no qual o autor tinha por intenção abrir os olhos dos designers para que estes passassem a olhar a sua volta, projetando soluções para os problemas reais do mundo, como a fome e a miséria, conflitos raciais, guerras civis, degradação entre outros; e *Small is*

empresa foram desenvolvidos projetos de marcas, embalagens e anúncios para empresas como Sardinhas Coqueiro, Elevadores Atlas, indústria de embalagens Ibesa, a reforma gráfica do jornal carioca Correio da Manhã, entre outros. Disponível em: <https://www.forminform.com.br/>

¹⁰ Mais conhecido como o pai da Bauhaus, Gropius nasceu em Berlim, em 18 de maio de 1883. Segundo a emissora alemã *Deutsche Welle*, a Bauhaus pode ser compreendida como um resumo das ideias que o arquiteto vinha amadurecendo desde seu trabalho junto a um dos precursores do movimento moderno, o arquiteto Peter Behrens. Disponível em: <http://www.dw.com/pt-br/1883-nasce-o-arquiteto-walter-gropius-fundador-da-bauhaus/a-3518662>.

Beautiful, de Schumacher, 1973, no qual o autor defende a produção em pequena escala, em propriedade comunal local e regional, utilizando recursos e mão de obra local, contrariando a mentalidade empresarial predominante da época (CARDOSO, 2004).

É também neste mesmo período que surge o Tropicalismo ou Tropicália no Brasil, um movimento de origem no meio musical com a participação de Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa, o cantor-compositor Tom Zé dentre outros nomes relevantes da música brasileira. Esse movimento acabou atingindo também outras esferas culturais como a artes plásticas com as experiências elaboradas por Hélio Oiticica; no cinema com o lançamento de *Terra em Transe*, de Glauber Rocha e também no teatro (NAPOLITANO e VILLAÇA 1998). Este movimento também influenciou o campo do design, principalmente o das artes gráficas. O movimento pode ser definido como um marco de ruptura em diversos níveis: comportamental, político-ideológico e estético como aponta Favaretto (1979, p.13):

A mistura tropicalista notabilizou-se como uma forma *sui generis* de inserção histórica no processo de revisão cultural que se desenvolvia desde o início dos anos 60. Os temas básicos dessa revisão consistiam na redescoberta do Brasil, volta às origens nacionais, internacionalização da cultura, dependência econômica, consumo e conscientização. (FAVARETTO, 1979, p.13)

Observa-se durante a década de 70 um desinteresse por parte das empresas brasileiras em empregar recursos para o desenvolvimento das áreas de Pesquisa e Desenvolvimento de produtos, ocasionando assim na reprodução, muitas vezes de forma grosseira e plágio de produtos estrangeiros (CARA, 2010). Não eram apenas produtos estrangeiros que eram copiados. Houve produtos nacionais que foram e ainda são copiados como o caso das famosas sandálias Havaianas que surgiram em 1962 e por serem baratas e muito duráveis rapidamente geraram imitações e cópias durante a década seguinte como relatado por Cardoso (2004). Vale ressaltar que casos, como o da Havaianas, empresa nacional que obteve naquela época um certo prestígio e foi utilizada como fonte de 'inspiração' para outras empresas são raras, não podendo tirar o foco de que as cópias eram em sua grande maioria de produtos estrangeiros.

Assim, inicia-se um debate pelo setor empresarial brasileiro sobre questões relativas à identidade de produto, a busca por características 'nacionais' que fosse capaz de identificá-los e diferenciá-los no mercado (CARA, 2010). Ainda segundo a mesma autora "a identidade do produto brasileiro apresentará neste caso uma abordagem prioritariamente associada a uma assimilação da cultura popular e da experiência local com as perspectivas de um projeto participativo de toda a sociedade brasileira". (p.83). É também neste período (década de 70) que ocorre a adoção o termo design em substituição do até então utilizado desenho industrial. Esta transição foi necessária devido à ampliação conceitual do campo do conhecimento (CARA, 2010).

A partir da década de 80 inicia-se "timidamente um movimento dos designers em direção ao interior do país na busca da revitalização do artesanato" segundo Borges (2011, p.45). Essa atuação aconteceria de forma isolada ou estabelecendo parcerias com instituições com intuito de preservar técnicas e conhecimentos produtivos antigos que foram transmitidos através das gerações somados a incorporação de novos elementos formais ou técnicos aos objetos. Este período também é conhecido pelo "florescimento cultural do país" (BORGES, 2011, p.45), marcado pelo fim da ditadura militar promulgado pela nova constituição em 1988 assegurando a liberdade de expressão e o direito de manifestar. É também nesta época que surge o conceito de desenvolvimento sustentável, proposto durante a reunião da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD, 1991).

Segundo Dornas e Almeida (2013, p.18) na década de 90 ocorreu um movimento de "resgate do design brasileiro com base na cultura do país [...] induzindo os designers à construção de uma identidade local". Em 1996, através do Decreto de 09 de novembro de 1995 foi criado o Programa Brasileiro de Design - PBD, filiado ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, que se destinava a promover o desenvolvimento do *design* no Brasil, através da forte identidade criativa do país. A partir de então, houve criação de diversos programas estaduais de promoção do design com finalidade de usar esta atividade como estratégia de agregação valor à produção industrial brasileira; com intuito de desenvolver a marca Brasil no competitivo mercado internacional (DENIS, 2000; MDIC, s.d.).

O design tem expandido o seu campo de atuação nas últimas décadas, estabelecendo conexões com os mais diversos campos. Ele “[...] se aproxima mais neste final de século das ciências sociais, da sociologia, da antropologia e da filosofia em busca de antecipar as necessidades reais dos usuários do futuro” (MORAES, 1997, p.56). Segundo Adélia Borges (2003) essa possibilidade do design em fazer conexões com outras áreas do conhecimento se dá devido ao caráter multidisciplinar da atividade.

Atualmente, a prática do design está intrinsecamente relacionada ao desenvolvimento da inovação e da sustentabilidade. O design tem o potencial de transformar necessidades e desejos humanos em produtos, serviços e sistemas criativos, adequados do ponto de vista econômico, social, cultural e ambiental, como coloca Manzini (2008):

Nessa perspectiva, os *designers* podem ser parte da solução, justamente por serem os atores sociais que, mais do que quaisquer outros, lidam com as interações cotidianas dos seres humanos com seus artefatos. São precisamente tais interações, junto com as expectativas de bem-estar a elas associadas, que devem necessariamente mudar durante a transição rumo à sustentabilidade (MANZINI, 2008, p.16).

“A crise dos valores modernos, as intensas e aceleradas mudanças ocorridas a partir das últimas décadas do século XX, impactaram o modo de viver das pessoas”. (NIEMEYER, p.83, 2010). O cenário pós-moderno de avanços tecnológicos e transformações políticas e sociais fez com que a atividade do designer se modificasse. O designer passou a considerar as ‘diferenças, especificidades e satisfazer desejos, interesses e necessidades do destinatário do projeto’. O designer contemporâneo deve entregar experiências significativas aos seus usuários através da materialização de significados, prazeres e emoções. A atuação do designer neste contexto torna-se ainda mais complexa, pois agora ele tem a necessidade de relacionar valores ao produto e os atributos do produto esperados pelos usuários.

Niemeyer (2008) evidencia as diretrizes apresentadas no Código de Ética do *Design* publicada em 2001, conjuntamente pelo *International Council of Societies of Industrial Design- ICSID*, o *International Council of Associations of Graphic Design – ICOGRADA* e o *International Federation of Interior Designers-IFI*, que teve como objetivo definir os princípios de uma base internacional de padrões éticos

relacionados à prática do *design*. Segundo esse documento, o designer deve, com a sua atividade, suprir necessidades humanas por meio de sua competência, da sua criatividade, do seu método. Ele também acrescenta que o designer deve ser sensível às prioridades sociais e culturais; deve conhecer as tendências correntes e a multiplicidade de parâmetros que as rege; deve consolidar os princípios que regem a sua atuação profissional.

[...] o que se entende por este conceito, de que modo o designer pode atuar no processo de construção, desconstrução, renovação e transformação de características culturais. Temos pela frente a missão de construirmos as bases do Código de Ética a ser adotado pelos designers no Brasil, que sendo sólido e eficiente é causa e efeito do amadurecimento do Design (NIEMEYER, 2008, p.54).

Portanto, fica evidente o quanto o papel do design e suas ‘preocupações’ foram modificando-se ao longo do tempo. Inicialmente voltado apenas para atender aos interesses da indústria e a satisfação de necessidades materiais, foi sendo modelado até chegar a um caminho mais ‘humanista’. O designer atual está ligado à construção de soluções em prol do bem-estar social que sejam viáveis nos quesitos ambiental, econômico, social, ergonômico e técnico. A sua prática deve contribuir com “[...] o exercício da responsabilidade social sustentável, na busca de uma consciência coletiva, mediante a gestão de processos de transformação da sociedade” (FORNASIER, 2005, p.62).

Como colocado por Meroni (2007) no mundo instável e de transformações em que vivemos o design de hoje não é mais apenas uma ferramenta em prol da competitividade. Ele tem traçado sua trajetória na busca por uma melhor interação de todo o sistema de projeto, englobando serviços e estratégias de forma participativa para trazer melhorias e qualidade de vida das pessoas.

2.2 Design social

Os problemas sociais são resultados de um sistema social, econômico, político e cultural e estão presentes em qualquer parte do mundo, tanto em sociedades urbanas quanto rurais, apresentando-se em maior intensidade em países subdesenvolvidos. Pazmino (2007) destaca que tais problemas não devem ser

ignorados por nenhum profissional, muito menos o designer. É importante frisar como a prática do design vem sendo moldada com o passar dos tempos influenciada pelas transformações globais.

O designer tem voltado seus olhares e projetos para problemas sociais desde a década de 60, quando foi publicado o primeiro manifesto de Design Gráfico, em 1964: *First Things First*. De autoria do designer inglês Ken Garland, nele o manifesto levantou questões sobre a missão e o papel do designer gráfico quanto à produção de contribuições relevantes para a sociedade e a urgência em se questionar o modelo vigente de atuação do designer. (HOLLAND, 2001).

Segundo Moraes (1997, p.89) um dos primeiros países que investiu e praticou o design social foi à Finlândia, desenvolvendo projetos voltados para “as limitações da terceira idade, para a reintegração dos deficientes na sociedade e na busca de melhor qualidade e adequação dos produtos e equipamentos de uso médico-hospitalar”. No Brasil, mais especificamente em Minas Gerais (MG) a Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais (CETEC) foi pioneira ao propor projetos voltados para a busca por problemas reais da sociedade. Durante os anos que se compreendem as décadas de 70 a 90 a fundação desenvolveu diversos projetos bem-sucedidos com caráter social, como por exemplo, o projeto de ecodesenvolvimento na cidade de Juramento em Minas Gerais com o intuito de levantar as potencialidades e carências da população e do local a fim de propor projetos para a comunidade (LACERDA e GUIMARÃES, 2017).

“O design para a sociedade consiste em desenvolver produtos que atendam às necessidades reais específicas de cidadãos menos favorecidos, social, cultural e economicamente” (PAZMINO, 2007, p.03), atendendo demandas de pessoas com necessidades especiais, como deficientes e idosos, e grupos que estão às margens da sociedade, como pessoas de baixa renda, grupos excluídos, dentre outros. Sen (2000) conforme citado por Mourão e Engler (2014, p.333) sugere que “ [...] o desenvolvimento dentro de vários aspectos sociais pode contribuir para o desenvolvimento geral. Ele relata que a pobreza é vista como privação de competências, e estas devem ser estimuladas para resolver os problemas sociais.” As competências devem ser trabalhadas, desenvolvidas por meio de habilidades

específicas que venham a contribuir para o desenvolvimento local diante das diferentes realidades e demandas locais.

O designer voltado para questões sociais atua em áreas onde muitas vezes não há interesse da indústria e pouca atuação deste profissional. Ele busca por soluções que tragam melhoria da qualidade de vida, geração de renda e inclusão social, guiando a produção para um perfil mais solidário colocando os problemas da sociedade como a parte central do projeto (PAZMINO, 2007). Papanek (1984) considera que designers e profissionais de criação podem causar transformações positivas na sociedade através de um bom projeto de design.

Portanto, COMUNICARTE¹¹ (apud FORNASIER, 2005, p. 61), define o design social como:

[...] a materialização de uma ideia que propõe um processo de transformação na sociedade. Como princípio filosófico, procura desenvolver estratégias de comunicação (visuais inclusive, mas não exclusivamente) que permitam compactar um conceito e difundir conhecimento visando sempre uma transformação social.

De acordo com a Design21 Social Design Network¹² (*on-line*):

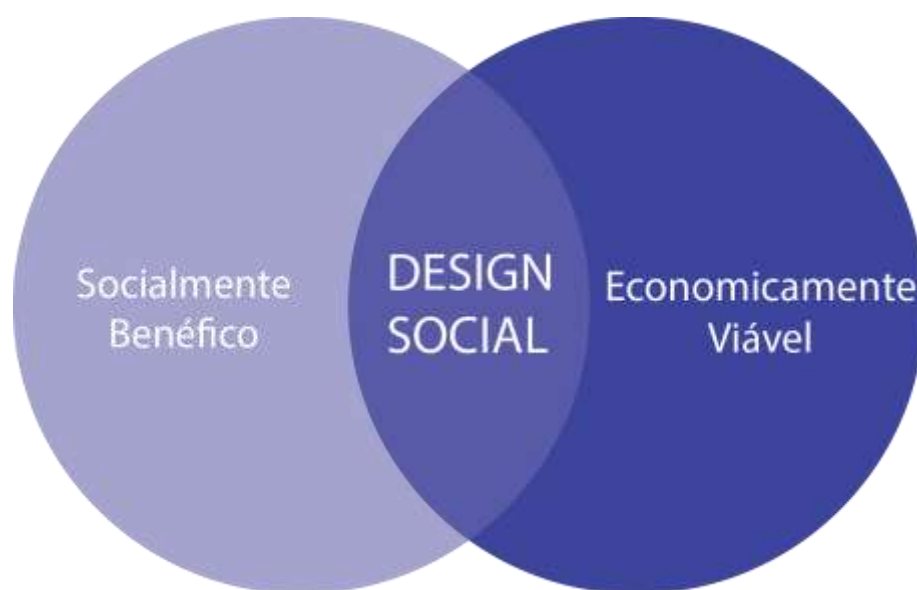
Design social é aquele design que engrandece o bem, onde o bom Design é usado para um grande propósito. A rede crê que a real beleza do design implica no seu potencial de melhorar a vida. Este potencial primeiramente manifesta-se com uma série de decisões as quais resultam em uma série de consequências. A prática do design social considera estas decisões de grande valor, entendendo que cada passo no processo de design é uma escolha que se perpetua em nossa comunidade, no mundo e na vida cotidiana. Estas escolhas são os resultados de ideias construídas, largas discussões e, mais importante, o desejo de se fazer o bem. Design social é design para todos nós.

¹¹ Comunicarte é uma empresa de consultoria em comunicação e gestão socioambiental fundada em 1992. Trabalha na aplicação do marketing social, do merchandising social e na implantação de cultura de convivência e co-responsabilidade entre empreendimentos e comunidades vizinhas. A empresa ainda destaca em seu site que 'Suas ações orientam-se para o desenvolvimento de tecnologias sociais, identificação de oportunidades para a implementação de ações alternativas (transformadoras), estabelecimento e aplicação de novos paradigmas conceituais, metodológicos e gerenciais de ação social.' Disponível em: <https://www.comunicarte.com.br/site-comunicarte/>.

¹² Design21: Social Design Network é uma **rede de design social filiada a Unesco** dedicada ao design para o bem maior. Membros da comunidade de design e organizações sem fins lucrativos, bem como empresas, governos locais e indivíduos socialmente conscientes podem se conectar, compartilhar preocupações e recursos, inspirar uns aos outros e resolver problemas através do design. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/en/culture/events/prizes-celebrations/prizes/design-21/vi-social-design-network/>.

O SEBRAE aborda uma prática do design social de forma mais participativa, onde os atores que vivenciam os 'problemas e contextos analisados estejam envolvidos no processo e sejam parte da criação e das decisões, de forma a se apropriarem da solução desenvolvida' (SEBRAE, 2015). Além disso, o 'design social deve ser socialmente benéfico e economicamente viável' sendo que a priorização de requisitos sociais (Fig. 05) devem ser levados em consideração em todas as etapas do projeto Pazmino (2007, p.03).

Figura 05: Design social



Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Pazmino, 2007.

Considera-se também o design social como um processo, no qual as capacidades humanas são valorizadas, contribuindo para o seu próprio bem-estar. 'É necessário adotar outros fatores imponderáveis, qualitativos e não quantitativos de valor e do ambiente, o grau de instrução e os serviços, isto é, os índices que manifestam o grau de bem-estar não material, mas moral das pessoas' (BISTAGNINO, 2009).

Pazmino (2007) destaca que o designer social deve apoderar-se de um conhecimento interdisciplinar perpassando pelo campo da sociologia, psicologia, antropologia e política pública fazendo uso de ferramentas e técnicas que sejam mais adequadas para cada projeto. Ele deve ainda levar em consideração diversos fatores ao projetar um produto ou serviço. O quadro apresentado abaixo é um comparativo entre os aspectos principais que são levados em consideração pelo

design formal e pelo design social podendo a partir dele estabelecer caminhos adequados para um bom projeto em design social.

Quadro 1: Design social x Design formal

Design Social	Design formal
Pequena escala de produção	Grande escala de produção
Mercado: local	Mercado: local e global
Tecnologia adequada	Alta tecnologia
Orientado a população baixa renda, excluídos, idosos, deficientes	Orientado ao mercado
Maximiza a função prática	Maximiza a função simbólica
Baixo custo	Custo médio e alto
Inclusão social	Satisfazer necessidades emocionais

Fonte: elaborado pela autora, baseado em Pazmino, 2007.

Pazmino (2007, p. 04) enumera ainda algumas diretrizes de projeto que devem ser seguidas para que o mesmo seja enquadrado dentro do campo social e para que ‘forneçam aos usuários outros benefícios econômicos duradouros e mais justos socialmente’:

- Uso de materiais simples;
- Uso de materiais de fácil obtenção e de baixo custo;
- Uso de mão de obra com condições de absorver o conhecimento;
- Proporcionar a autoestima do grupo social;
- Valorizar os aspectos sociais, culturais e ambientais da localidade;
- Linguagem do produto alinhada ao estilo de vida do grupo social;
- Atender ao estilo e simbolismo do grupo social;
- Uso racional e otimizado de matérias primas e componentes;
- Abrangência local, continental sem alterações;

- Adequação do produto ao contexto sócio-cultural.

A sociedade contemporânea apresenta diversos desafios ainda não vencidos e que trazem problemas para a população em um âmbito geral. O designer precisa assumir seu compromisso de fazer a diferença e pensar em soluções para as necessidades emergentes e reais da sociedade. Portanto, o design social deve ser praticado com o foco na transformação da sociedade, contribuindo para a conscientização do coletivo e mudanças comportamentais, seguindo metodologias projetuais do design.

Para isso novas qualidades e conhecimentos são exigidos deste profissional além da valorização de aspectos sociais, culturais e ambientais. O Respeito às características e a cultura de comunidades ou grupos marginalizados também devem ser preservados, para assim desenvolver alternativas coerentes à realidade (PAZMINO, 2007).

2.3 O Artesanato: dos primórdios aos dias atuais

O artesanato está relacionado com um modo de produção muito antigo que está presente desde os primórdios da produção de objetos e sobrevive aos constantes avanços tecnológicos. Segundo Cardoso (2003) o artesanato está associado ao mundo do trabalho, desde as primeiras funções desempenhadas pelo homem. Utilizando-se da criatividade, desenvolveram-se diversas soluções artesanais que permitiram o seu avanço na história expandindo suas habilidades artísticas e técnicas. Os vestígios mais antigos da existência do artesanato são datados de 6000 a.C. quando o homem aprendeu polir a pedra, fabricar cerâmicas e tecer fibras de animais e vegetais (MARTINS, 2013).

Antonio Santoni Rugiu em seu Livro 'Nostalgia do Mestre Artesão' relata sobre o fato do trabalho artesanal ser uma tradição muito antiga e que se mantém preservada nos dias atuais graças à pedagogia do aprender fazendo, na qual o conhecimento foi sendo transmitido de pai para filho, de mestre para aprendiz ou através de escolas organizadas e mantidas por cooperativas ou associações de artesãos. Normalmente, estes conhecimentos eram transmitidos através do exercício da

observação e da prática da atividade não havendo muito espaço para a prática oral ou escrita dentro das oficinas. Ele ressalta ainda que a divisão entre a vida profissional e privada era quase inexistente, pois muitas das vezes o aprendiz se hospedava dentro da casa de seu mestre. A formação artesanal não ocorria apenas durante a atividade de oficina, mas durante toda a experiência vivenciada pelo aprendiz dentro da comunidade/família. Além de capacitar os aprendizes para exercerem um ofício havia também uma formação moral e um senso de pertencer a um corpo social reconhecido (RUGIU, 1999).

A produção artesanal é caracterizada desde os primórdios até os dias atuais pelo domínio do artesão em todas as fases do projeto, desde a obtenção da matéria prima, domínio de técnicas de produção, estruturação da forma de trabalho até a comercialização (NIEMEYER, 1997). Bolognini (1988) classifica o artesanato de duas formas: erudito – quando é dirigido e ensinado; ou folclórico – quando é exercido de forma espontânea e o conhecimento técnico é passado pela herança e pela história oral.

No Brasil a produção artesanal teve sua origem com as práticas indígenas. Suas manifestações aconteciam através da arte da pintura, utilizando pigmentos naturais extraídos de plantas e de argilas, cestaria, fechas, arcos, cerâmicas e ornamentos para o corpo usando sementes, ossos, penas e plumas de aves, além de diversas outras contribuições que chegaram com os escravos e europeus que migraram para o país durante a colonização.

Hoje o artesanato brasileiro apresenta uma diversidade extremamente grande, seja pelo tipo de matéria-prima utilizada, pela técnica, pelo produto que é confeccionado, seja pelas diversas realidades vividas pelos artesãos. Produtos artesanais apresentam manifestações culturais que estão intimamente ligadas ao território e a comunidade onde aquele produto foi desenvolvido, segundo Krucken (2009).

Segundo IBGE (2006), o país tem ao todo 16 atividades artísticas e o artesanato está presente em 64,3% dos municípios brasileiros. O bordado apresenta-se como a técnica mais representativa no país com 75,4%, seguida por atividades com madeira (39,7%), barro (21,5%) e material reciclável (19,5%). O setor movimenta cerca de R\$28 bilhões ao ano, representando aproximadamente 2,8% do Produto Interno

Bruto - PIB. Ainda segundo dados da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos – APEX, o Brasil exportou em 2006, R\$ 1,41 milhão em artesanato, com Minas Gerais liderando o ranking como o estado mais expressivo com R\$ 847 mil (SEBRAE, 2008).

A definição do conceito para artesanato é amplamente debatida e categorizada no âmbito do poder público, privado e acadêmico, principalmente a partir da década de 80 (NETO, 2007, p.02), período em que ocorre a retomada de valorização da área. O Programa do Artesanato Brasileiro – PAB define o artesanato como:

[...] é o produto resultante da transformação da matéria prima, com predominância manual, por um indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas previamente conceituada, aliando criatividade, habilidade e valor cultural, com ou sem expectativas econômicas, podendo no processo ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios. (MDIC, 2006 apud, ABBONIZIO, 2009).

O conceito proposto pelo Conselho Mundial do Artesanato – WCC (World Craft Council) sigla em inglês, define o artesanato como “toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade” (SEBRAE, 2010).

A UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, definiu os produtos artesanais como:

[...] aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade com o uso de matérias primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social. (UNESCO, 1997 apud, BORGES, 2011, p.21).

Diversas são as formas de definição e conceituação que temos para o artesanato, mas é possível observar grandes semelhanças dentre as várias visões apresentadas: produtos confeccionados a mão com o auxílio de forma limitada de ferramentas e máquinas, o artesão utiliza de sua criatividade e destreza artística

para a construção de artefatos, ele também se apropria de suas vivências, sua bagagem cultural e signos a sua volta transmitindo-os aos produtos, seja através da estética, da forma, pelo uso de materiais ou até mesmo pela sua função.

2.3.1 Categoria de artesanatos

O Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE gerou juntamente com o Programa do Artesanato Brasileiro do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio – PAB/MDIC uma classificação de várias categorias de artesanato, resultando na Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, publicado pela portaria nº 29, em Outubro de 2010 pelo MDIC e na publicação do Termo de referência do Programa SEBRAE de Artesanato em 2004 sendo atualizado em 2010 (SEBRAE, 2004). O artesanato foi dividido nas seguintes categorias:

- **Artesanato Indígena** - Qualquer objeto produzido em comunidade indígena pelos seus próprios membros, de forma coletiva ou não e incorporado no cotidiano, não sendo apenas uma expressão particular do autor.
- **Artesanato Tradicional** - Artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo das suas tradições, porém incorporado a sua vida cotidiana. Produção de origem familiar ou de pequenos grupos de vizinhança.
- **Artesanato de Referência Cultural** - Produtos caracterizados pela incorporação de elementos culturais tradicionais da região onde são produzidos. São em geral resultados de uma intervenção planejada de artistas e designers, em parceria com os artesãos, com o objetivo de diversificar os produtos e preservar seus traços culturais mais representativos.
- **Artesanato Conceitual** - Objetos produzidos a partir de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural. Produzidos por pessoas com alguma formação artística, geralmente de origem urbana. A

inovação é o elemento principal que diferencia este artesanato de outras categorias.

- **Trabalho Manual** - São trabalhos desenvolvidos manualmente que exigem destreza e habilidade, porém utilizam moldes e padrões predefinidos, resultando em produtos de estética pouco elaborada. Não são resultantes de processo criativo efetivo.
- **Arte Popular** - Conjunto de atividades poéticas, musicais, plásticas e expressivas que configuram o modo de ser e de viver do povo de um lugar. É fonte de inspiração e de referência para o artesanato contemporâneo e para o design. Por essa razão, deve ser preservada e promovida de modo diferenciado.
- **Produtos alimentícios (típicos)** - São produtos alimentícios que são típicos de um determinado local. Aqueles produzidos em pequena escala processados segundo técnicas tradicionais, de base familiar ou por um determinado grupo.

Há diversos pontos convergentes entre as categorias apresentadas acima, como a predominância da produção de forma manual e sua referência de identidade cultural e local. Utilizam elementos que remetem a um grupo social, através do uso de técnicas, materiais característicos da região ou pelo uso de elementos simbólicos. Percebe-se que o artesanato tem algo a mais para oferecer a quem compra; ele carrega uma história, traços de uma identidade ou identidades. Ele carrega um valor cultural como nenhum outro produto industrializado consegue ter. É produzido muitas vezes de forma única ou em pequenas quantidades por apenas uma pessoa. Pode-se dizer então que este é o grande diferencial do artesanato, a sua carga simbólica. 'Por isso é importante que símbolos não sejam naturais e sim que existam por meio de convenções, ou seja, por acordos sociais, tradições ou coisas semelhantes' (BURDEK, 2006, p. 295).

Borges (2011, p.26) se abstém de dividir o artesanato em categorias, pois acredita que "[...] as tipologias se interpenetram e variam muito de um caso para o outro".

Como é possível observar existem diversos pontos em comum dentro de mais de uma categoria e o fato de no Brasil existir uma diversidade muito grande de produtos artesanais, sua definição dentro das categorias acaba se tornando uma tarefa complexa.

Acredita-se que para esta pesquisa seja válido compreender as diferentes classificações do artesanato, pois através dela será possível compreender qual tipo de artesanato é produzido pelos artesãos da Cooperativa Dedo de Gente e buscar caminhos para o aperfeiçoamento deles, melhor desempenho na comunicação com os consumidores e todos os outros aspectos que tangem o desenvolvimento de produtos.

2.3.2 Classificação por Função

Ainda segundo o “Termo de Referência - Programa SEBRAE de Artesanato” o artesanato pode ser categorizado de acordo com critérios tipológicos: finalidade do produto, o tipo de matéria-prima e a sua forma de organização:

- **Adornos e Acessórios** - Peças que são desenvolvidas para uso pessoal, tais como: bijuterias, bolsas e cintos, produtos em geral voltados para o vestuário.
- **Decorativo** - objetos produzidos com o intuito de ornar/decorar algum espaço ou ambiente. Nesta categoria, encontram-se as esculturas, quadros, almofadas, etc.
- **Educativo** - objetos destinados às práticas pedagógicas. Nesta categoria se enquadram os jogos de memorização que educam e divertem ao mesmo tempo.
- **Religioso** - Envolvem os objetos que são destinados a alguma atividade ritualística ou para demonstração de crenças e da fé. São os castiçais, oratórios, santos, crucifixos, etc.
- **Lúdico** - Objetos cuja função principal é entreter e para representação do imaginário popular. Nesta categoria, encontram-se caminhões, ursinhos, bonecas, casinhas, etc.

- **Utilitário** - Peças desenvolvidas para satisfazer as necessidades de trabalho dos homens. Como exemplos têm-se os vasos, potes, caixas, jarros e cestarias.

2.3.3 Classificação por Organização

- **Mestre Artesão** - indivíduos que se destacam em seu ofício, conquistando admiração e respeito não somente de seus aprendizes e auxiliares artesãos, como também dos clientes e consumidores. Sua maior contribuição é repassar, para as novas gerações, técnicas artesanais e experiências fundamentais de sua atividade.
- **Artesão** – São aqueles que possuem conhecimentos técnicos sobre os materiais, ferramentas e processos de sua especialidade, dominando todo o processo produtivo.
- **Aprendiz** - é o auxiliar das oficinas de produção artesanal, encarregado de elaborar partes do trabalho e que se encontra em processo de capacitação.
- **Artista** – o artista antes de tudo é um artesão, pois ele tem o domínio do ‘saber fazer’. Desenvolve em seu trabalho uma coerência temática e filosófica demonstrada em seu compromisso de criar sempre coisas novas e ir além do já conhecido.
- **Núcleo de Produção Familiar** - a força de trabalho é constituída por membros de uma mesma família, alguns com dedicação integral e outros de forma parcial ou temporária. A coordenação dos trabalhos é exercida pelo chefe de família, que organiza os trabalhos de filhos, sobrinhos e outros parentes. Em geral, não existe um sistema de pagamentos pré-fixados, sendo as pessoas remuneradas de acordo com suas necessidades e disponibilidade de um caixa único.

- **Grupos de Produção Artesanal** - agrupamentos de artesãos que atuam em um mesmo segmento artesanal ou em segmentos diversos que se valem de acordos informais, como aquisição de matéria-prima, estratégias promocionais conjuntas e produção coletiva.
- **Empresa Artesanal** - são núcleos de produção que evoluíram para a forma de micro ou pequenas empresas, com personalidade jurídica, regida por um contrato social. Como qualquer empresa privada busca vantagens comerciais para continuar a existir. Emprega artesãos e aprendizes encarregados da produção remunerados, em geral, com um salário fixo ou uma pequena comissão sobre as unidades vendidas.
- **Associação** - é uma instituição de direito privado sem fins lucrativos, constituída com o objetivo de defender e zelar pelos interesses de seus associados. É regida também por estatutos sociais, com uma diretoria eleita em assembléia para períodos regulares.
- **Cooperativa** - são associações de pessoas de número variável, que se unem para alcançar benefícios comuns, em geral, para organizar e normatizar atividades de interesse comum. O objetivo essencial de uma cooperativa na área do artesanato é a busca por maior eficiência na produção com ganho de qualidade e por competitividade em virtude do ganho em escala.

2.3.4 Classificação por Tipologia

- **Argila** - utilizado para a produção dos mais variados tipos de cerâmicas (terracotas, porcelanas e faianças), tais como: louças, potes, vasos, esculturas, etc.
- **Pedra** - são as pedras semipreciosas, granitos, mármore, pedra-sabão, sendo essa muito utilizada na produção de peças decorativas pela facilidade de manuseio.

- **Metal** - os mais utilizados são alumínio fundido, bronze, cobre, ferro e prata, empregados na produção de facas, ferraduras, cabideiros, castiçais, panelas, canecas, joias e bijuterias, entre outros.
- **Vidro** - é utilizado na fabricação de produtos utilitários, tais como: copos, garrafas, jarras, vasos e em peças decorativas como luminárias, vitrais, mosaicos e esculturas.
- **Plástico** – é utilizado na fabricação de produtos decorativos ou utilitários, muitas vezes utilizado a partir da reutilização do material. Alguns exemplos são: vasos de flores, utensílios diversos, potes, etc.
- **Couro** - de origem bovina, caprina, suína, réptil, entre outras utilizadas na fabricação de produtos de uso rural como selas, gibões e chapéus; e produtos urbanos como calçados, bolsas e acessórios de moda.
- **Fibra** - as mais comuns são as fibras de taboa, buriti, coco, carnaúba, babaçu, sisal, junco, juta, cipó, bambu, vime, palha de milho e folha de bananeira, utilizadas na produção de cestarias, tapetes, móveis, etc.
- **Papel** – é mais comum no artesanato a utilização de papéis reciclados ou reutilizados. Desenvolve artefatos em sua maioria decorativos, educativos ou lúdicos.
- **Fio** - os mais utilizados são a lã e o algodão, que podem ser empregados na tecelagem de redes, tapetes, toalhas de mesa, colchas, ou na produção de crochês, tricôs e peças bordadas.
- **Madeira** - é um material amplamente utilizado na produção de móveis, objetos decorativos e utilitários, esculturas, brinquedos, instrumentos musicais.

- **Outros** - borrachas, sementes, conchas, ceras, ossos, chifres, penas, parafina e materiais industriais reciclados também são utilizados na produção de múltiplos objetos artesanais.

2.3.5 Atividade artesanal: benefícios e as dificuldades do setor

A atividade artesanal traz diversos benefícios sociais para o artesão, entre eles pode-se citar a realização pessoal, promoção da inserção da mulher e do adolescente em atividades produtivas, fixação do artesão em seu local de origem, elevação da autoestima, alternativa de geração de renda frente ao desemprego e à carência em qualificação, dentre outros. A valorização cultural está presente na atividade artesanal e é através dela, que a origem do artesão é transmitida de geração em geração, dando significado ao artesanato e indicando para o artesão o seu lugar no mundo (SEBRAE, 2004).

Segundo Canclini (2000) o aumento da atividade artesanal em algumas regiões está relacionado com inúmeras transformações econômicas e sociais que a sociedade vem passando. Pode-se citar como exemplo o desemprego tanto no campo, quanto nas grandes cidades que levam a população a procurar novas atividades que gerem renda, a busca da sociedade pós-industrial por produtos menos massificados, o aumento e a valorização das feiras de artesanato e objetos, movimentos de incentivo a compra por produtos locais ou de origem certificada, bem como à sua divulgação pelos meios de comunicação de massa. Todo este panorama faz com que o artesanato esteja em voga e conseqüentemente traz uma série de benefícios.

Este crescimento recebe também forte influência do estado com intuito de evitar o êxodo camponês e conseqüentemente outros problemas sociais. Como a indústria não é capaz de absorver a crescente força de trabalho no meio urbano impulsionado pelo êxodo camponês, sucede-se então um agravamento das questões sanitárias, habitacionais e educacionais já existentes (CANCLINI, 1983). Esta situação abordada por Canclini, em algumas cidades brasileiras ainda é real nos dias atuais. Dessa maneira, percebe-se que a “valorização” do artesanato por parte do Estado através de incentivos à produção, à conservação, comércio e difusão, é um recurso utilizado em benefício próprio.

O crescimento do setor artesanal pode “fomentar a exportação de bens tradicionais, atrair o turismo, aproveitar o prestígio histórico e popular do folclore para consolidar a hegemonia e a unidade nacional sob a forma de um patrimônio” (CANCLINI, 2000, p. 217). Nesse sentido, pode-se dizer que o artesanato apresenta um cunho social muito importante. Ele é uma alternativa de sobrevivência para o enfrentamento das consequentes transformações no trabalho e na sociedade em um âmbito geral além de seus benefícios culturais.

Dorfles (1978) argumenta que mesmo um artesanato seja submetido a sucessivas repetições, nunca será possível obter cópias absolutas da identidade e expressividade em todas as peças. O autor também dialoga a respeito da influência que seu modo de vida, a família e a comunidade que aquele artesão está inserido, fazem parte e são fundamentais para a formação de uma linguagem de expressão individual que pode ser refletida em seu produto. Tornando este elemento um diferencial produtivo e competitivo em comparação com produtos produzidos em série.

Porém, Canclini (1983) ressalta que, com a desatualização dos meios de produção artesanal, o desinteresse por esta atividade e a esperança por melhores condições de vida nos grandes centros urbanos, os jovens de comunidades produtoras de artesanato têm se engajado em atividades do setor tecnológico ou industrial, desfazendo de suas raízes culturais familiares e enfraquecendo o desenvolvimento local.

Além da desatualização dos meios de produção artesanal há outro grande impasse que gera a massificação e perda da qualidade percebida de produtos artesanais: as cópias. Este é um vício profissional que deve ser corrigido, pois os produtos acabam por perder a sua identidade e origem, consequentemente seu valor no mercado entrando em um ‘canibalismo comercial’ no qual quem sobrevive é quem tem o menor preço com uma boa qualidade. “A estratégia mais acertada é investir na diferenciação qualitativa, fazer diferente e com maior qualidade (técnica, estética, etc.)” (SEBRAE, 2016, p.23).

A comercialização e a compreensão de mercado também são dificuldades frequentemente enfrentadas por produtores artesanais. Peralta (2005) atribui a estes

problemas principalmente pela falta de conhecimento sobre o processo comercial, mercado e tendências de consumo. Ele ainda destaca a falta de conhecimento sistêmico (característico do sistema produtivo industrial), do próprio processo produtivo e resistência às mudanças por parte do artesanato.

Outra dificuldade que a atividade artesanal vem enfrentando atualmente é com relação às formas de produção em massa mais rápidas e baratas que entregam produtos uniformizados a uma parcela da população que procuram por produtos baratos. Produtos estes que na maioria das vezes vem de países como China, Índia e Bangladesh que fazem o uso de mão-de-obra semiescrava o que torna praticamente impossível a competição do artesanato com estes produtos no quesito de preço. Para que se possa competir com este mercado extremamente acirrado é necessário o investimento na diferenciação dos produtos. Ou seja, o segredo da competitividade não está na redução dos custos, mas na agregação de valor. (BARROSO, s.d.).

Barroso (s.d.) aponta que os problemas enfrentados pelo artesanato brasileiro estão presentes nas mais diversas áreas: processo produtivo e criativo, comercialização, estética, uso de matérias-primas, entre outros. É neste contexto que o designer tem importante papel e pode gerar grandes transformações se associado ao artesanato, garantindo sua origem e tradições, porém, atualizando-o com novos temas, novas propostas no sentido de fortalecer histórias, símbolos, tradições e a cultura de um lugar como um território.

Apesar dos inúmeros problemas que o artesanato tem a enfrentar, esta atividade ainda é bastante comum dentro das comunidades (tanto urbanas quanto rurais). Pode-se intitular o artesanato como um modelo de produção “sobrevivente”, que resistiu e ainda resiste às inúmeras inovações tecnológicas e industriais que buscam cada vez mais substituir os processos, técnicas e ferramentas “passadas”. Acredita-se que sua sobrevivência deve-se ao fato deste modelo requerer um conhecimento especializado, passado entre gerações, não massificado, que carrega uma carga identitária e que se renova de maneira peculiar. Como afirma Barroso (s.d.) o artesanato passou a ser valorizado pois nele ainda residem traços culturais, aspectos singulares, regionalismo que fazem com que este produto ocupe um local de destaque e diferenciação.

Além disso, o artesanato tem a capacidade de gerar renda de forma justa, valorizando a cultura local e o próprio artesão; além de facilitar o acesso aos bens e serviços. Fazendo do artesão um cidadão e contribuindo para o desenvolvimento regional e sua fixação no local.

2.4 Interface Design e Artesanato

Cada vez mais, têm-se tornado comum à atuação de designers em comunidades/grupos de produções artesanais, com o objetivo de colaborar no desenvolvimento dos produtos e ampliar seu acesso ao mercado. Hoje a compreensão da atuação do design tornou-se mais abrangente com visões voltadas para o campo social, ultrapassando a relação design, produto, comunicação e mercado (MORAES, 2008) levando as “ações projetuais orientadas a modos de viver além de consumir e produzir, valorizando a experiência e as emoções de uso e apropriação de espaços, bens e serviços” (MANZINI; MERONI, 2007, p.21 apud Engler e Mourão, 2017).

Crocco (2000) destaca que os projetos que aconteceram no Brasil no início do século XXI de resgate e valorização do artesanato evidenciam a importância socioeconômica e cultural que este ramo tem para o país. As intervenções de design em grupos de produção artesanal têm como objetivo tornar a produção artesanal economicamente viável e seguir às exigências de mercado com relação à estética, qualidade, ergonomia, etc; tornando assim os produtos comercialmente atraentes. Além do incentivo a promoção de novas atitudes pelo artesão frente ao seu trabalho. Engler e Mourão (2017) completam ainda que o design pode e deve promover a reflexão por parte dos artesãos quanto a seus valores culturais e sociais, melhorias em seu processo produtivo e ativação do sentimento de pertencimento.

[...] cabe ao designer conjugar a sua atitude criativa, dentro da complexa teia de funções e significados em que as percepções, ações e relações se entrelaçam, no contexto de espaço e tempo em que se inserem, buscando a adequação dos objetos às necessidades e anseios das pessoas, e a melhoria da qualidade de vida da sociedade. (ONO, 2004, p. 62)

De acordo com informações extraídas do site¹³ SEBRAE Mercados quando a prática artesanal está associada a princípios do design, o consumidor muda sua relação e perspectiva perante o produto. Este tipo de artesanato adquire ou aprimora requisitos que normalmente são levados em consideração durante o momento de compra, como por exemplo, a ergonomia, estética, valor simbólico, sustentabilidade e inovação. Desde a concepção à comercialização, metodologias de design podem ser empregadas como forma de reinventar e reposicionar o produto artesanal no mercado. O design pode “[...] fornecer um conjunto de técnicas que, se utilizadas de forma flexível e fluida, pode tornar o artesanato mais competitivo à medida que ele é inserido dentro do contexto multidisciplinar, organizado e colaborativo” (s.d.). Este ponto também é levantado por Cavalcanti et al. (2013), que acredita que as metodologias de design podem facilitar a interlocução entre design e artesanato na busca por soluções criativas, duradouras e de impacto positivo.

Segundo Peter Dormer, o trabalho deve ser conjunto e de colaboração, já que “grande parte do êxito alcançado pela nossa cultura deve-se ao trabalho coletivo das pessoas, à especialização e à fragmentação coordenada do trabalho. Nenhuma pessoa isolada poderia por si só alimentar a complexidade de um design avançado” (DORMER, 1995, p.27).

Tanto a criatividade quanto as ações colaborativas não podem ser impostas às comunidades/grupos de artesãos, pois cada intervenção externa que é realizada coloca em risco o equilíbrio daquele grupo (MANZINI, 2008). Para Borges (2011), o designer ao se aproximar do artesão deve-se colocar no mesmo nível buscando um relacionamento de forma equivalente e respeitosa. “O artesanato é um patrimônio inestimável que nenhum povo pode se dar ao luxo de perder. Mas esse patrimônio não deve ser congelado no tempo. Congelado, ele morre. E é na transformação respeitosa que entra o papel dos designers” (BORGES, 2003, p.68).

[...] podemos acreditar que a aproximação entre design, artesanato e cultura, se configura uma experiência capaz de tornar um produto competitivo não apenas pelos seus atributos estéticos e funcionais, mas também pelo seu valor cultural. Valorizando o artesão e seu território, o design pode contribuir de forma significativa para a transformação pessoal e profissional dessas pessoas, além de fortalecer o setor econômico do artesanato (MARTINS, 2009, p.25).

¹³ <http://www.sebraemercados.com.br/boletim-valor-cultural-como-oportunidade-para-o-design-2/>.

Krucken (2009) afirma que a prática do design vem sendo reconhecida, cada vez mais, como um importante mecanismo estratégico para valorização de produtos artesanais, capaz de promover a preservação e valorização de culturas e o reconhecimento de um povo. Além disso, ele pode mediar aspectos como: produção e consumo, tradição e inovação, qualidades locais e relações globais de forma de equilibrada, com intuito de alavancar o produto e o processo artesanal.

Dessa forma, acredita-se que, na sociedade atual, é necessária a atuação dos designers junto ao artesanato através do diálogo entre diversas áreas do conhecimento para que seja possível desenvolver produtos de qualidade, atendendo as reais necessidades e demandas dos usuários e com valor mercadológico. É função do designer trabalhar a autoestima destas pessoas que muitas vezes se encontraram às margens da sociedade promovendo a inclusão social e o desenvolvimento humano.

Mourão (2013, p.75) afirma que o “reconhecimento dos potenciais, da capacidade de aprender, criar e inovar” são maneiras de contribuir para elevação da autoestima. É necessário também refletir quanto à sustentabilidade econômica, social e ambiental dos produtos.

Os caminhos futuros para o artesanato passam pelo relacionamento com o design, cada um contribuindo com suas expertises, objetivando a geração de renda, o desenvolvimento local, a valorização da tradição artesanal e a produção de objetos com maior valor agregado e de mercado. Como colocado por Engler e Mourão (2017, p.309) “devemos acreditar e investir em novas possibilidades que apontem soluções para um futuro com melhor qualidade de vida para todos”.

2.4.1 Modos de atuação do Designer junto ao artesanato

Muito é debatido sobre os modos de atuação do designer nas comunidades e grupos locais, mas não se tem ainda definido uma metodologia adequada para tal atuação. Quando se trabalha com comunidades, através de práticas e vivências torna-se difícil prever caminhos, devido às necessidades, características específicas e o ambiente de cada grupo. O designer como agente ‘transformador’ tem o desafio

de interpretá-las e traçar o melhor caminho rumo ao êxodo dos artefatos artesanais. Busca-se nesta pesquisa fazer um levantamento dos inúmeros modos de atuação do designer junto ao artesanato definidos por autores da área e delinear o percurso mais adequado para o grupo do estudo de caso da presente pesquisa.

É possível observar alguns princípios básicos que são comuns e norteiam as ações de intervenções de designers junto ao artesanato. Entre estes princípios estão a valorização da cultura local, atividades participativas, potencialidades de materiais locais, respeito à identidade e ao próprio artesanato, elevação da autoestima, a não imposição de mudanças, dentre outros aspectos.

Barroso (2002) destaca três estratégias que são largamente utilizadas por consultores e designers do Ceará tanto para o desenvolvimento de produtos, quanto na comercialização. São elas: atualização dos produtos, informar a respeito da origem do objeto e a elaboração de mix de produtos.

O autor coloca a atualização dos produtos como primeira ação a ser tomada tanto do ponto de vista formal quanto técnico, porém é necessário um maior cuidado nesta etapa para que não haja uma descaracterização do produto ou afastamento das suas identidades, história e valores tradicionais, pois alguns desses modos de produção são remotos e devem ser preservados (BARROSO, 2002).

Barroso (2002) afirma que a utilização de informações sobre a cultura local no objeto faz toda a diferença no momento de comercialização de um produto artesanal. É necessário evidenciar o valor cultural expondo a sua origem, contando um pouco da história daquele objeto, a história do próprio artesão como forma de agregação de valor. Ele ainda afirma que tal estratégia pode ser alcançada colocando no produto uma etiqueta utilizando-se uma linguagem poética e afetiva como forma de envolver e encantar o consumidor. Estas informações são relevantes para que as pessoas entendam e percebam o valor intrínseco daquilo que estão adquirindo, criando assim o grande diferencial competitivo entre o produto industrial uniformizado e o produto artesanal.

Outra forma de atuação bastante utilizada é a elaboração de um mix de produtos. Produtos artesanais apresentam certa constância quanto aos materiais e formas utilizados sem oferecer grandes variações ao longo do tempo. A estratégia do mix

de produtos é reunir diversos artesãos em diferentes modalidades, e direcionar seus produtos para um segmento de mercado como forma de obter uma diversificação. Este tipo de atitude promove o cooperativismo entre os artesãos, intercâmbio de conhecimento e potencialidades (BARROSO, 2002).

No Termo de Referência do SEBRAE (2004) é possível encontrar algumas formas de como deve ocorrer a atuação do designer junto ao artesanato. Nele propõe-se uma interferência mais direta no artesanato promovendo o acesso a tecnologias adequadas ao aumento e melhoria da capacidade produtiva, pesquisa por referências culturais locais como forma de agregação de valor e promoção de produtos com identidade nacional e a inovação sendo trabalhada como ferramenta de diferenciação. A instituição ressalta ainda que o designer não deve projetar para o artesão, e sim projetar com o artesão, cada um contribuindo com a sua parcela de conhecimento. O Programa constitui-se fundamentado na ideia de “capacitação” do artesão e acredita que a educação, o treinamento e bons exemplos, são os caminhos para uma mudança da ‘postura no trabalho’ por parte do artesão e a ampliação de sua ‘visão’, transformando assim o artesanato (SEBRAE, 2004, p.54).

Bonsiepe (2010) apresenta uma lista de seis atitudes de como se deve dar a relação designer e artesão podendo estas serem trabalhadas em conjunto ou de forma única. A primeira forma de relação apresentada é com enfoque conservador: o objetivo é proteger o artesanato de qualquer influência externa do design, mantendo o artesanato em seu ‘estado puro’. A segunda relação possível apresentada é de enfoque estetizante: que considera os trabalhos dos artesãos ao *status* de arte e os artesãos como representantes da cultura popular. O terceiro enfoque é chamado de produtivista: onde o artesão é tratado como força de trabalho qualificada e barata, utilizando suas habilidades para produzir produtos de designers ou artistas. O quarto enfoque é o essencialista ou culturalista: nesta relação o artesanato é visto como base ou ponto de partida para o desenvolvimento do verdadeiro design latino-americano. A quinta relação possível é de enfoque paternalista: que considera os artesãos como clientes de política de programas assistenciais e exercem um papel de mediador entre mercado e artesãos. E por último o enfoque promotor da inovação: neste caso o artesão é estimulado a buscar a inovação objetivando a sua autonomia e conseqüentemente melhorar suas condições de subsistência.

Adélia Borges (2011, p.145) afirma, que a intervenção mais adequada do designer junto ao artesanato “consiste, muitas vezes, em apenas ajudá-lo [o artesão] a ver, a aperfeiçoar aquilo que faz, mas sempre respeitando a sua essência”. O designer não deve assumir o papel de detentor do conhecimento absoluto, com o poder modificar a realidade, mas sim trabalhar como um ‘figurante’ fazendo intervenções quando necessárias sem retirar o brilho do verdadeiro protagonista da história, o artesão. A autora ainda destaca que o designer ao chegar a uma comunidade deve realizar o “reconhecimento dos signos de identidade cultural” e desenvolver atividades que incentivem o artesão a olhar ao seu redor e para sua própria história, como forma de inspiração para os produtos (BORGES, 2003, p.67).

Borges (2011) ainda pontua alguns aspectos no qual o designer pode interferir com o intuito de agregar melhorias no produto e ao processo. São eles: melhoria na qualidade dos objetos, redução da matéria-prima, otimização do processo de fabricação, combinação de processos e materiais, intermediação entre as comunidades e o mercado, comunicação dos atributos intangíveis dos objetos artesanais, facilitação do acesso dos artesãos ou de sua produção à mídia, dentre outros aspectos.

A condição básica para que o relacionamento entre o artesão e o designer flua da melhor maneira possível é através do respeito. O designer deve se abrir para compreender a realidade do artesão e de seus artefatos, deve observá-los com atenção, analisar e perceber a riqueza, a criatividade e a identidade enraizadas em seu trabalho. Da mesma maneira, o artesão precisa se abrir para o novo (e consequentemente o designer deve se abrir para o campo do artesanato); ele deve conhecer, aprender e levar em consideração durante a fase de desenvolvimento do produto todas as variáveis que envolvem a relação objeto e o usuário. É importante ressaltar a importância de planejar a atuação do designer junto ao artesão e ter metodologia específica. (BORGES, 2011).

2.5 A sustentabilidade

O avanço tecnológico das últimas décadas aliado ao modelo capitalista de consumo¹⁴ desenfreado está tornando o planeta um lugar ambientalmente insustentável. O anseio por adquirir cada vez mais produtos como forma de bem-estar e realização pessoal vem acarretando graves prejuízos para a sociedade como um todo. Enquanto alguns consomem mais do que suas necessidades básicas, outros sofrem com a falta de recursos interferindo assim no equilíbrio do planeta. Aliado a isso problemas como mudanças climática, destruição de ecossistemas, grande abismo socioeconômico, fome, violência completam o grave panorama da sociedade atual.

De acordo com dados de relatórios do Clube de Roma ou do Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas - IPCC, o planeta está caminhando em direção a um abismo e logo chegará a um ponto onde não será mais possível remediar esta situação. Faltarão recursos básicos como água e alimentos, a população sofrerá com diversos problemas climáticos entrando em um completo colapso (LANA, 2016).

Torna-se necessária a tomada de ações que visem restabelecer o equilíbrio do nosso planeta, não apenas no âmbito ambiental, mas também econômico e social. É dentro deste contexto de total descontrole que a sustentabilidade é vista como um caminho oportuno ou até mesmo de salvação. Como definido pela Comissão Brundtland (*World Commission on Environment and Development - WCED*, 1987), o desenvolvimento sustentável baseia-se em atender as necessidades da sociedade atual sem colocar em risco as necessidades das gerações futuras. (SANTOS, 2016). Segundo Engler (2016, p.67) “A terra tem uma capacidade limitada de absorção de impactos ambientais, logo a sustentabilidade só pode ser atingida se na produção os impactos negativos forem menores ou iguais à capacidade de absorção da Terra”.

O desenvolvimento sustentável se baseia em três dimensões: ambiental, econômico e social (Fig. 06). Elas se unem e estão relacionadas entre si, mas é possível

¹⁴ “A sociedade de consumo atual é caracterizada por um número muito alto de variedade de ofertas, pelo grande poder exercido pelos meios de comunicação de massa e pelo desenvolvimento econômico que está completamente acelerado pelo avanço do capitalismo” (BELCHIOR e RIBEIRO, 2013).

compreendê-las separadamente: A sustentabilidade ambiental compreende a preservação do meio ambiente e na conservação de condições de vida para todos os seres vivos. Está relacionada principalmente com os impactos ambientais que são gerados através das atividades humanas. A sustentabilidade econômica diz respeito à busca por uma sociedade mais justa, estável e igualitária nos parâmetros econômicos. Nesta dimensão também está relacionada à capacidade de produção, distribuição e utilização de forma igualitária das riquezas produzidas pelo homem. Sustentabilidade social está diretamente relacionada ao elemento humano. Respeito aos direitos dos seres humanos, bem-estar, leis de amparo às necessidades da população, mudança de atitude e de pensamento, e principalmente, à busca de ações e soluções que possam contribuir para o desenvolvimento humano (MARTINS, 2013).

Figura 06: Tripé da sustentabilidade.



Fonte: elaborado pela autora, 2018.

Manzini e Vezzoli (2002) discutem sobre a necessidade em rever o nosso atual modelo de desenvolvimento para que se encaixe nos parâmetros da sustentabilidade. Esta mudança não será apenas em 'como consumimos', mas também em 'quanto consumimos'. Devemos passar de uma sociedade que mede o bem-estar e a saúde econômica segundo o crescimento da produção e consumo de

matéria – prima, para uma sociedade onde a cultura de consumo será consumir cada vez menos e melhor, com uma economia baseada na redução de produtos materiais. Somente assim será possível caminhar de forma mais justa e sustentável pelo planeta.

O Ministério do Meio Ambiente¹⁵ - MMA acrescenta que o momento atual pelo que o país passa coloca-se como oportuno para abandonar os padrões de consumo exagerado e de forma obsoleta copiados de países industrializados e estabelecer novos padrões de consumo em harmonia com o meio ambiente, a saúde humana e com a sociedade. “É preciso pensar em uma sociedade cujo metabolismo, isto é, a capacidade de transformar recursos ambientais para satisfazer as nossas necessidades materiais, seja muito diferente do que é praticado na atualidade.” (MANZINI e VEZZOLI, 2002, p. 44).

A transição rumo a sustentabilidade será um processo de aprendizagem social no qual os seres humanos aprenderão gradualmente, através de erros e contradições - como sempre acontece em qualquer processo de aprendizagem -, a viver melhor consumindo (muito) menos e regenerando a qualidade do ambiente, ou seja, do ecossistema global e dos contextos locais onde vivem (MANZINI, 2008, p.27)

Sabe-se que toda mudança de comportamento do ser humano demanda tempo e amadurecimento. Nos últimos anos, houve algumas modificações na forma de pensar e agir na busca por relações mais sustentáveis. O consumo por produtos locais, que apresentem selos ambientais, garantia de origem tem crescido constantemente. Movimentos como ‘compre do pequeno produtor’ surgiram como forma de fortalecer ainda mais essa mudança comportamental.

Sob a perspectiva de Engler, (2016, p. 67) ‘o número de consumidores conscientes está aumentando e o volume de vendas desses produtos cresce bem mais que a média’. Este novo consumidor se interessa ainda em obter informações a respeito da empresa e de seus fornecedores, das relações de trabalho, métodos de obtenção da matéria-prima e na geração e valor para a sociedade (AGNELLI, 2010).

15

<http://www.mma.gov.br/responsabilidadesocioambiental/producaoconsumosustentavel/conceitos/consumo-sustentavel>.

O grande desafio é influenciar e modificar o pensamento das pessoas para que de forma coletiva erradiquem as práticas ambientalmente, economicamente e socialmente insustentáveis. O design, ‘pelo seu caráter holístico e dinâmico’ (RODRIGUES et al., 2012, p.96) coloca-se como uma alternativa para a construção de novos paradigmas, a formação de uma consciência coletiva de mudança de atitudes e uma ferramenta de transformação efetiva na sociedade contemporânea.

2.5.1 Design para a sustentabilidade

Segundo fontes da Comissão das Comunidades Europeias (2001), a origem da maior parte da poluição e esgotamento dos recursos naturais vivenciados atualmente está relacionada ao intenso crescimento do consumo de produtos, corroborando a relação não equilibrada que existe entre produtos e impactos ambientais. Estes e os demais problemas elencados no item acima trazem ao centro, a urgência por parte do design em compreender a fundo e atender a estas demandas reais da sociedade que antes não eram consideradas e que ainda não são em sua totalidade. “Diante disso é fundamental repensar os paradigmas do design face aos desafios impostos contemporaneamente.” (SANTOS, 2016, p.37).

É necessário repensar como o design pode contribuir de forma ativa para a construção de um futuro palpado na sustentabilidade, incluindo a participação de toda a população, em especial dos grupos marginalizados e segregados. E é dentro de todo este contexto que ‘o design sustentável vem se destacando como um fator importante de quebra de paradigmas e mudança de comportamento’. (PAZMINO, 2018, p.170).

Segundo Vezzoli (2008) a sustentabilidade durante o desenvolvimento projetual deve ser percebida como um caminho a se projetar produtos, serviços e sistemas com baixo impacto ambiental e alta qualidade social. O design sustentável desenvolve projetos com foco no bem-estar tanto do indivíduo como também do meio em que ele vive. Ele pode trabalhar das mais diversas formas para atingir este objetivo, como por exemplo, a reutilização de materiais ou produtos, que após serem transformados ganham uma nova dimensão funcional. (LANA, 2016). Moraes (2016) completa ainda que quando o foco do projeto é a sustentabilidade, o profissional de design assume um panorama ainda mais amplo e diferenciado.

Manzini (2008) destaca que:

[...] os designers podem ter um papel muito especial, e esperamos, importante: mesmo não tendo meios para impor sua própria visão aos outros, possuem, porém, os instrumentos para operar sobre a qualidade das coisas e sua aceitabilidade e, portanto, sobre a atração que novos cenários de bem-estar possam porventura exercer. Seu papel específico na transição que nos aguarda é oferecer novas soluções a problemas, sejam velhos ou novos, e propor seus cenários como tema em processos de discussão social, colaborando na construção de visões compartilhadas sobre futuros possíveis e sustentáveis (MANZINI, 2008, p. 16).

Para Fletcher e Grose (2011, p.138) ‘produtos que apresentem inovação em sustentabilidade, são definidos e apresentados como um diferencial’. Nesse sentido Agnelli (2010) destaca a importância de investimentos em pesquisas científicas, para o aprimoramento de métodos e ferramentas de design e para que sejam encontradas soluções eficientes e eficazes para os problemas existentes ou em potencial.

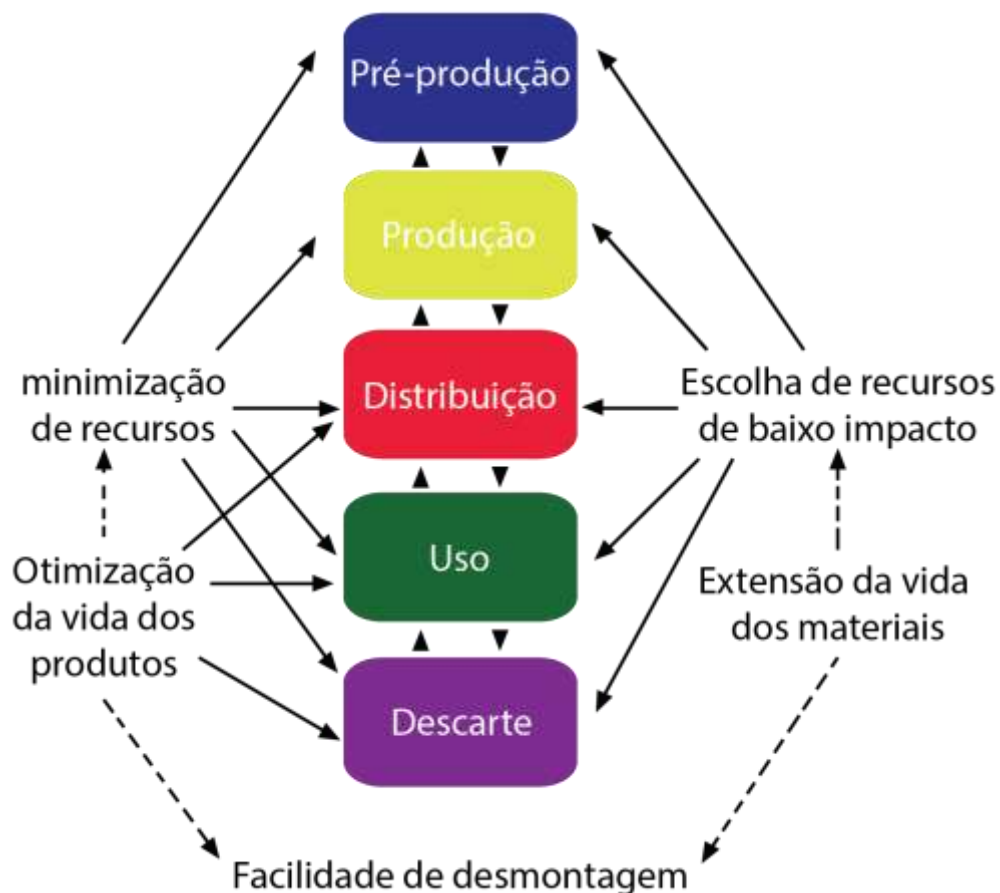
As decisões de design moldam os processos por trás dos produtos que utilizamos, os materiais e energia necessária para produzi-los, o modo como operamos no dia – a – dia e o que acontece com eles quando perdem a utilidade (THACKARA, 2008, p.24). Manzini e Vezzoli, (2002, p.91) concordam com Thackara ao definir o produto (seja ele industrial ou artesanal) como um sistema em que o designer deve compreender, estudar e analisar todo o ciclo de vida. O produto “é interpretado em relação aos fluxos - de matéria, energia e emissão – das atividades que o acompanham em toda a sua vida”.

Atualmente existem algumas ferramentas e métodos para auxiliar o designer no desenvolvimento de produtos dentro do conceito de sustentabilidade. Uma dessas ferramentas é o *Life Cycle Design* (LCD), que auxilia o design quanto à dimensão ambiental e econômica de análise sustentável do produto. O objetivo desta ferramenta (FIG. 07) é criar uma análise sistêmica do produto, levando em consideração todos os *inputs* e *outputs* gerados durante o ciclo de vida do produto (desde a pré-produção até o descarte) com o intuito de redução da carga ambiental. Esta redução pode ocorrer de vários aspectos, como: aquisição dos recursos,

transformação dos materiais, montagem, embalagem, transporte, armazenagem, entre outros (MANZINI e VEZZOLI, 2002).

Na figura abaixo (Fig. 07) é possível observar as fases do ciclo de vida do produto, as estratégias de LCD e em qual fase cada estratégia pode influenciar positivamente na construção de produtos sustentáveis.

Figura 07: Estratégias de *Life Cycle Design* e fases do ciclo de vida.



Fonte: elaborado pela autora, baseado em Manzini e Vezzoli (2002).

‘A sustentabilidade ambiental é um objetivo a ser tingido e não, como hoje muitas vezes é entendido, uma direção a ser seguida’ sob a perspectiva de Manzini e Vezzoli (2002, p.28). Portanto, pode-se considerar que nem todos os produtos ou serviços que apresentam melhorias pontuais com relação à sustentabilidade ambiental devem ser considerados realmente sustentáveis. A sustentabilidade deve ser algo interiorizado, algo nato na prática projetual.

Segundo Baldo (2000 apud CHAVES, 2018) um problema que existe no método de medição de impactos ambientais utilizado pelo *Life Cycle Design* é a não consideração da dimensão social do tripé da sustentabilidade. Ono (2009, p.88) também relata que “há lacunas expressivas, em termos de pesquisas sobre as dimensões socioculturais no desenvolvimento e consumo de produtos e serviços”. Objetivando atingir uma abordagem de ciclo de vida mais completa e que contemple os três pilares do desenvolvimento sustentável, foi desenvolvido pela pesquisadora Gheysa Prado um protocolo de avaliação de prioridades sociais para o processo de desenvolvimento de produtos que se baseia em um quadro/tabela com diversos critérios com intuito de nortear o designer para caminhos mais sustentáveis, dentro do campo social (CHAVES, 2018).

O quadro apresentado abaixo traz cinco categorias (Condições de trabalho, consumidor, comunidade local, sociedade e atores da cadeia de valores). E dentro de cada categoria existem subcategorias:

Quadro 02: Critérios da dimensão social para a prática projetual.

Categoria	Subcategorias
Condições de Trabalho	• Liberdade de associação e negociações coletivas. • Trabalho infantil. • Salário Justo. • Número de horas de trabalho. • Trabalho forçado. • Oportunidades iguais/ Discriminação. • Saúde e Segurança. • Benefícios Sociais/ Segurança Social. • Satisfação.
Consumidor	• Saúde e Segurança. • Mecanismo de resposta. • Privacidade do consumidor. • Transparência. • Responsabilidade com o fim de vida incentivo/ Educação a comportamentos e participações mais sustentáveis.

Comunidade Local	• Acesso a recursos materiais. • Acesso a recursos não materiais, Deslocamento e Migração. • Cultura hereditária . • Condições de vida saudável. • Respeito aos direitos indígenas. • Engajamento comunitário. • Trabalho local. • Condições de vida segura. • Preservação dos recursos não renováveis. • Utilização dos recursos renováveis da região. • Soluções diferenciadas para diferentes locais. • Benefícios de equidade e justiça para a comunidade onde a empresa está inserida e onde a oferta é feita. • Promoção por meio de instituições locais.
Sociedade	• Comprometimento público a sustentabilidade. • Contribuição para o desenvolvimento econômico. • Prevenção e contenção de conflitos armados. • Desenvolvimento tecnológico. • Eliminação de obstáculos a pessoas com necessidades especiais. • Prevenção da discriminação/ segregação por gênero, etnia, cultura ou religião. • Corrupção.
Atores da Cadeia de Valores (Excluindo consumidores)	• Competição justa. • Promoção da responsabilidade social. • Relações com fornecedores. • Respeito aos direitos de propriedade intelectual.

Fonte: elaborado pela autora, baseado em Chaves, 2018.

Pode-se observar que existem vários aspectos para a inclusão do social dentro do desenvolvimento de projetos. Esta tabela deve ser utilizada como uma linha guia de análise por parte do designer. Ele deve partir de ações socialmente sustentáveis como as citadas no quadro para que seu produto ou serviço contemple a dimensão social da sustentabilidade.

A dimensão social da sustentabilidade no design de produto pode, portanto, centrar na melhoria social de um usuário específico ou pode inserir cuidados sociais em todo o ciclo de vida do produto buscando o empoderamento dos grupos considerados vulneráveis: mulheres e meninas, pessoas em localidades vulneráveis, pessoas incapazes, idosos, indivíduos LGBTI, minorias étnicas, indígenas e imigrantes (PNUD, 2016 apud CHAVES, 2018).

Dessa forma, fica evidente que para a sustentabilidade se estabelecer, todos os fatores devem ser levados em consideração. O design tem papel fundamental na busca por alternativas que propiciem o crescimento econômico, desenvolvimento humano, respeito ao meio ambiente e oferecendo ainda qualidade de vida. Tudo isso de forma equilibrada e convergindo para um mesmo objetivo: a busca por um mundo mais sustentável (PAZMINO, 2018).

Muitos designers têm trabalhado para atingir este objetivo e muito já foi feito, mas não se pode esquecer que ainda há muito a ser feito. Principalmente pensando que o Brasil é um país que apresenta um grande abismo de desigualdade social, dentro de uma sociedade hegemônica, sendo movida por uma política de consumo onde se deve consumir cada vez mais e onde os artefatos se tornaram descartáveis.

“Trata-se de criar novas percepções, conhecimentos e sensibilidade [...] colocando em prática novos paradigmas de desenvolvimento” (SANTOS, 2016, p 38). Para o designer, existem diversas ferramentas para auxiliá-lo durante o desenvolvimento de produto e uma demanda crescente por produtos sustentáveis. Mas é a partir da sua conscientização quanto profissional e responsável pela saúde do planeta que será possível almejar um design que incorpora valores de cidadania, de responsabilidade cívica e ambiental e ainda ser economicamente viável.

Em síntese, o design voltado para a sustentabilidade tem como objetivo desenvolver projetos baseados no tripé da sustentabilidade, sob uma nova ótica de consumo, sem exageros, de forma mais igualitária, com menos poluição e geração de resíduos e sem a destruição das reservas naturais. Projetos que visem uma interação mais justa e humana entre todos os envolvidos da cadeia.

2.5.2 A sustentabilidade na produção artesanal

A preocupação com a sustentabilidade atingiu todos os campos de uma maneira em geral, e com o setor artesanal não foi diferente. Empresas do setor privado, ONGs e o setor público começaram a propor caminhos e escolhas de forma que o artesanato pudesse oferecer produtos, desenvolver seu processo produtivo e fazer escolhas de matéria prima de forma mais sustentável.

“A sustentabilidade deve receber atenção redobrada e ser explorada com prioridade pelos artesãos, pois isso traz visibilidade e supera as expectativas dos clientes” (SEBRAE, 2014, p.01). Bistagnino (2009) destaca que a sustentabilidade em sua dimensão ambiental é um aspecto desafiador para os artesãos, pois envolve uma série de mudanças comportamentais e de seu processo produtivo.

Segundo informações do site¹⁶ SEBRAE Mercados a produção artesanal pautada nos requisitos da sustentabilidade é uma forma de agregar valor ao produto que consequentemente gera ganhos financeiros advindo desta boa prática. A sustentabilidade dentro do artesanato pode estar ligada a incrementos ao próprio produto quanto ao processo produtivo, como por exemplo, o racionamento e reaproveitamento dos recursos naturais, escolhas por matérias-primas locais, otimização da produção, preferência por fornecedores responsáveis, entre outros.

A instituição ressalva algumas formas de agregar valor ao produto passando pelos caminhos da sustentabilidade e sobre a importância de comunicar todas estas características ao cliente. Cartões de visita, *flyers* para divulgação e catálogos podem ser produzidos a partir do aproveitamento de materiais ou resíduos gerados durante a produção dos produtos. Embalagens também podem ser feitas a partir da reciclagem ou aproveitamento do próprio material utilizado para fazer o artesanato. A importância em comunicar com os clientes as ações voltadas para a sustentabilidade também é descrita pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) através do Guia de Comunicação e sustentabilidade disponível no site¹⁷. O conselho define que para esta comunicação ser positiva ela deve adquirir uma linguagem acessível e deve engajar emocionalmente os clientes, gerando assim uma agregação de valor única.

Borges (2011) destaca a sustentabilidade na produção artesanal através da utilização de materiais reciclados, como por exemplo, garrafas PET¹⁸, latas de refrigerante, lonas de caminhão, banner de publicidade, papelão de caixas de transporte, são alguns dos materiais que têm atualmente sua utilização crescente. A

¹⁶ <http://www.sebraemercados.com.br/artesanato-sustentavel/>.

¹⁷ <http://cebds.org/wp-content/uploads/2014/02/cebds.org-guia-de-comunicacao-e-sustentabilidade-guia-comunicacao-e-sustentabilidade.pdf>.

¹⁸ PET é a sigla de Polietileno tereftalato. Um polímero termoplástico utilizado principalmente na forma de fibras para tecelagem e embalagens para bebidas.

autora ainda acredita que o uso de materiais locais através de um manejo sustentável são caminhos de aproximação entre o artesanato e a sustentabilidade.

O SEBRAE (2004) ainda pontua que a comercialização de produtos artesanais em pontos 'turísticos' bem como a sua divulgação e ambientação em hotéis e restaurantes evidencia a identidade cultural local, e podem reforçar a sustentabilidade em sua dimensão econômica para com os grupos de artesãos.

2.6 Inovação social

Segundo Gorman (2007) citado por Engler (2016), pode-se definir inovação como a forma física de uma ideia, seja ela um novo produto ou um serviço. Já a lei de inovação (2004) define a palavra como sendo a “introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo e social que resulte em novos produtos, serviços ou processos ou que compreenda a agregação de novas funcionalidades ou características a produto, serviço ou processo já existente” (BRASIL, 2004). Há ainda o conceito de inovação proposto por Rogers (p. 11, 1983 – traduzido pela autora): “Uma inovação é uma ideia, uma prática ou objeto que é percebido como novo por um indivíduo...”. Muito é debatido o conceito e o que de fato é ou não inovação. A partir dos conceitos apresentados acima, é possível reunir uma ideia central comum destes autores como: algo novo e que traga algum benefício.

Quando pensamos em inovação sempre associamos a esta palavra pesquisas relacionadas ao campo de materiais ou ao domínio tecnológico. Por muito tempo este foi o pensamento acerca desta palavra e ainda continua sendo. Sobre este conceito de inovação o Manual de Oslo (1997) estabelece como “inovação não-tecnológica” todas as práticas de inovação que são excluídas da inovação tecnológica. A partir do panorama atual da sociedade é preciso fazer uma reflexão sobre o que de fato estas novidades estão trazendo de benefícios ou vão agregar para as questões que são realmente relevantes dentro da sociedade: questões sociais e problemas ambientais (TAMBORRINI, 2012).

É dentro deste contexto que a noção de inovação social tem ganhado cada vez mais importância e tem brotado nos mais variados âmbitos. Presente não apenas no meio acadêmico, mas também em fundações, instituições privadas e governamentais,

vêm desenvolvendo pesquisas/ações com o foco em inovação social. Cipolla (2012, p.65) define de forma simplificada que a inovação social seria a “capacidade da sociedade de solucionar seus próprios problemas” aos quais não foram solucionados através de inovações tecnológicas. Já Bignetti (2011, p. 04) traz uma definição um pouco mais completa e que será adotada para a presente pesquisa, definindo-o como “resultado do conhecimento aplicado a necessidades sociais através da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, gerando soluções novas e duradouras para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral”.

Esta definição de inovação social evidencia o quanto o modelo atual de produção e consumo é insustentável, não apenas no âmbito ambiental, mas também no econômico e no social (CIPOLLA, 2012). A redução dos níveis de consumo e extração de matéria – primas, uma melhora na qualidade de vida de todos e maior respeito pelo meio ambiente só será possível a partir da implantação de novos paradigmas, modos de viver e valores. Segundo Engler (2016, p.65) “A inovação é fundamental para a criação de uma sociedade humana sustentável”.

É importante ressaltar que a inovação social é um processo dinâmico e que seu caráter ‘inovador’ pode variar de um local para o outro devido a sua forte ligação com o contexto local (CIPOLLA, 2012). “O papel de contextos e comunidades locais começou a ser reconhecido e, conseqüentemente, o valor das inovações sociais como sinais promissores de modos de vida diferentes e mais sustentáveis” segundo Cipolla (2012, p. 66). Este aspecto também é abordado por Manzini (2008) que considera que as inovações sociais advindas de bases na vida cotidiana são sinais positivos e são o ponto de partida rumo à sustentabilidade. Portanto fica claro que a inovação social surge como um dos caminhos na busca alternativas viáveis para o futuro da sociedade humana e para a resolução dos complexos problemas atuais.

Manzini (2008) considera que a habilidades do design juntamente com a criatividade são fatores essenciais para promover o processo de inovação social na busca por colocar em prática ideias novas e mais sustentáveis com o intuito de reforçar o tecido social. Ele ainda acrescenta que as Inovações sociais não são apenas inovações pontuais. Elas são capazes de perdurarem ao longo do tempo além de

inspirar novos grupos ou comunidades a desenvolverem soluções similares, afirmando assim o seu caráter multiplicador.

Portanto, pode-se dizer que o design para inovação social tem a possibilidade de criar rupturas nos atuais padrões de consumo, produção e modos de viver através de iniciativas locais na busca por uma transformação do todo. Segundo Moraes (2010) o estímulo à inovação e ao design passa-se a serem primordiais no atual cenário de dinamismo e complexidade em que vivemos.

As possibilidades de ações do design perante a inovação social são múltiplas e devem contribuir para que uma nova sociedade seja construída. “[...] os designers podem ser parte da solução, justamente por serem os atores sociais que, mais do que qualquer outro, lidam com as interações cotidianas dos seres humanos e seus artefatos” (MANZINI, 2008, p.16). Porém é preciso lembrar que o processo de inovação social não está ligado apenas na interação do homem com os objetos, mas na busca por soluções para problemas ainda mais complexos.



*“Lembre de Deus em tudo que fizer,
e ele lhe mostrará o caminho certo.”*

Provérbios 3 : 6

3 METODOLOGIA

A metodologia para o desenvolvimento deste trabalho incide em uma abordagem qualitativa¹⁹ de natureza aplicada²⁰. Segundo Godoy (1995, p. 62) análises qualitativas apresentam alguns aspectos essenciais tendo o ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como instrumento fundamental. “Nessa abordagem valoriza-se o contato direto e prolongado do pesquisador com o ambiente e a situação que está sendo estudada.” Em função da natureza do problema que se quer estudar e que orienta a presente investigação, a escolha pelo enfoque qualitativo demonstra-se a mais apropriada.

¹⁹ A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

²⁰ Objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Para alcançar os objetivos deste estudo, optou-se pela pesquisa exploratória²¹ na qual serão desenvolvidos estudos bibliográficos aprofundados, estudos de campo e entrevistas em uma abordagem descritiva. “Visando à compreensão ampla do fenômeno que está sendo estudado, considera que todos os dados da realidade são importantes e devem ser examinados. O ambiente e as pessoas nele inseridas devem ser olhados holisticamente [...]” (GODOY, 1995, p. 62).

O método de investigação é o estudo de caso, utilizando-se a observação qualitativa, participativa e aplicação de questionários. Quanto aos procedimentos escolheu-se a pesquisa – ação que pode ser compreendida como

[...] 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 do modo cooperativo ou participativo (THIOLLENT, 1998, p. 14).

A pesquisa foi estruturada sinteticamente em três etapas: na primeira buscou-se atender aos conteúdos do referencial teórico; a segunda etapa constitui-se em executar a pesquisa de campo e práticas junto a Cooperativa Dedo de Gente e na terceira etapa compreende-se na realização da dissertação, registro dos dados e a proposta de desenvolvimento de uma base de dados para servir como meio de divulgação dos produtos desenvolvidos após a oficina.

A primeira etapa foi pautada em um profundo estudo teórico abordando os seguintes temas: design; design social; artesanato; interface design e artesanato; sustentabilidade e Inovação social.

A segunda etapa está relacionada com o desenvolvimento em campo. Como forma de delimitar a análise do presente estudo, foi definida o *lócus* da observação e o recorte espacial para o estudo específico. O *lócus* da observação encontra-se na cidade de Araçuaí, no vale do Jequitinhonha, região norte do estado de Minas Gerais. Na cidade há a cooperativa Dedo de Gente; uma iniciativa que foi criada

²¹ As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso (GIL, 2008).

pelo CPCD. A cooperativa é formada por ‘fabriquetas’ que podem ser definidas como núcleos de produção de tecnologias populares e comunitárias. Portanto, pode-se definir como local de estudo o ambiente onde as fabriquetas da Cooperativa Dedo de Gente estão inseridas. A sede da cooperativa ocupa o espaço da antiga e extinta FEBEM (Fundação Estadual para o Bem Estar do Menor) da cidade, localizado na esquina das ruas José Pinto Colares e Minas Gerais, no bairro Alto Santuário. O recorte espacial definido para o presente estudo serão as fabriquetas ‘Tintas da terra’ e ‘Arte em madeira’, constituídas por seis jovens artesãos da cidade.

Busca-se nesta etapa investigar e demonstrar como o designer através de suas ferramentas e metodologias pode assumir o papel de agente transformador da sociedade, promovendo a geração de renda para os artesãos do recorte espacial definido e a valorização cultural da comunidade. Esta etapa (segunda etapa) constitui-se da realização de um diagnóstico compreendendo o recorte espacial através de entrevistas e visitas à cooperativa e a loja; levantamento iconográfico através de registro fotográfico e entrevistas em campo com artesãos, por meio da aplicação de questionário; mapeamento do tipo de consumidor dos produtos desenvolvidos na cooperativa; elaboração dos conteúdos e atividades das oficinas²²; realização das oficinas e demais intervenções; divulgação dos trabalhos através de exposições/eventos.

A terceira etapa compõe-se da realização da dissertação bem como o registro de todos os dados obtidos durante a fase 1 e fase 2 da pesquisa e a construção de uma base de dados como forma de divulgação dos trabalhos realizados, os resultados alcançados e os novos produtos desenvolvidos. As etapas que foram descritas acima encontram-se detalhadas no quadro a seguir (Quadro 03).

²² O termo ‘oficinas’ refere-se à aplicação de atividades que promovam o conhecimento, em curto tempo. As oficinas possibilitam ao pesquisador observar o grupo no desenvolvimento das atividades artesanais, na apropriação dos conteúdos e da identidade (MOURÃO, 2013).

Quadro 03: Metodologia

Objetivos Específicos	Métodos e Atividades	Indicadores
Mapear os alicerces teóricos sobre design, design social, artesanato, sustentabilidade, inovação social.	*Revisão bibliográfica.	Revisão bibliográfica finalizada de todos os autores citados.
Compreender a realidade e as potencialidades das fabriquetas 'tintas da terra' e 'arte em madeira'.	*Pesquisa de campo. *Entrevista.	Entrevista com 3 membros da iniciativa e/ou representantes da organização. Visita de campo e acompanhamento das atividades.
Identificar as possibilidades e estratégias de atuação do design vislumbrando um caminho para melhorar as oportunidades mercadológicas dos produtos.	*Análise de produtos.	Análise de 5 produtos. Construção de um cronograma de oficinas.
Efetuar a aplicação de ferramentas de Design com a participação dos membros da iniciativa.	* Realização oficinas.	Realização de 10 oficinas com a comunidade.
Gerar uma base de dados (caderno) para servir como meio de divulgação dos produtos desenvolvidos após a oficina.	*Divulgação da pesquisa (exposição/evento). *Base de dados (caderno online).	Produtos finalizados (5 produtos). Entrega da produção da base de dados.

Fonte: elaborado pela autora, 2018.

3.1 Campo e escolha do objeto de estudo

O campo desta pesquisa é a sede da cooperativa Dedo de Gente da cidade de Araçuaí, bem como da loja onde os produtos são comercializados. A seleção dessa organização se dá por ela ser um modelo inovador de desenvolvimento humano e

local, possibilitando a transformação de jovens sem grandes perspectivas. Além disso, os trabalhos desta cooperativa são reconhecidos nacional e internacionalmente, sendo premiados nos campos de tecnologia social, empreendedorismo e desenvolvimento social. A escolha pela unidade da cooperativa do município de Araçuaí foi motivada pela ligação e laços afetivos que a pesquisadora tem com a cidade. Além disso, houve interesse por parte da coordenação da cooperativa e dos artesãos em participar da presente pesquisa após conversas e apresentação sobre o projeto.

3.2 Sujeitos participantes da pesquisa

A seleção dos sujeitos participantes da pesquisa se deu a partir das fabriquetas que estão passando por dificuldades em gerarem renda e desenvolverem produtos: fabriqueta “Arte em madeira” e fabriqueta “tintas de terra”. Ela foi definida durante o trabalho de campo, conversas com a coordenadora da cooperativa e em um encontro de apresentação da pesquisa aos artesãos. Por meio deste encontro os artesãos puderam compreender como seriam as oficinas e decidirem se participariam ou não. Todos os sete artesãos presentes decidiram participar das oficinas. Durante as oficinas, um dos artesãos (e também bolsistas) decidiu desistir das atividades devido a problemas de saúde de familiares. Ao todo, o grupo de artesãos ativos e que participaram de todas as oficinas foram seis.

3.2.1 Critérios de inclusão

Os critérios de inclusão de sujeitos na pesquisa foram baseados em duas premissas: fazer parte de uma das duas fabriquetas que está passando por dificuldades em gerarem renda e desenvolverem produtos e querer participar do projeto.

3.2.2 Critérios de exclusão

Os critérios de exclusão de sujeitos na pesquisa foram baseados também em duas premissas: fazer parte de outras oficinas que não sejam aquelas que estão

passando por dificuldades em gerarem renda e desenvolverem produtos e não querer participar das oficinas

3.3 Instrumentos de coleta de dados

Os dados coletados foram registrados por meio de anotações da pesquisadora, feitas durante as etapas de campo. Tais anotações serviram de base para a construção da presente dissertação. Além disso, foram utilizadas fotografias, filmagens e gravações de áudios, com a devida autorização da coordenadoria e dos artesãos e assinatura do termo de uso de imagem. Foram coletados e guardados todos os materiais desenvolvidos durante as oficinas como painéis, anotações, blocos adesivos, geração de alternativas e outros. Alguns destes materiais foram digitalizados e anexados a pesquisa ou estão em forma de figuras.

3.4 Procedimentos de coleta de dados

Foram utilizados diferentes procedimentos de coleta de dados para a presente pesquisa a fim de trazer uma maior confiabilidade ao Estudo de Caso. Foram adotadas as seguintes técnicas de coleta de dados qualitativos: observação direta, coleta de dados documentais, questionários e entrevistas semi-estruturadas e não estruturadas. Liebscher (2000 apud DIAS, 2000) afirma que pesquisa baseadas em dados qualitativos são justificadas quando o contexto social e cultural apresentam extrema importância para a pesquisa:

Os métodos qualitativos são apropriados quando o fenômeno em estudo é complexo, de natureza social e não tende à quantificação. Normalmente, são usados quando o entendimento do contexto social e cultural é um elemento importante para a pesquisa. Para aprender métodos qualitativos é preciso aprender a observar, registrar e analisar interações reais entre pessoas, e entre pessoas e sistemas (LIEBSCHER 2000 apud DIAS, 2000).

Ainda segundo Huberman e Miles (1991), a coleta de dados qualitativos "permitem descrições e explicações ricas e solidamente fundadas em processos ancorados num contexto social, podendo respeitar-se a dimensão temporal, avaliar a causalidade local e formular explicações fecundas" (p. 22). Devido a estes aspectos

optou-se pela coleta de dados qualitativos utilizando diferentes métodos que já foram descritos.

3.5 Tabulação dos dados

Após a coleta de dados juntamente com as anotações feitas durante o trabalho de campo foram relidos e divididos em diferentes grupos. As imagens, filmagens e áudios foram escutados e vistos diversas vezes e também separados por agrupamentos para posterior análise. Os materiais utilizados durante as oficinas, bem como compilação dos resultados e anotações feitas durante as mesmas foram observados e separados em um único grupo.



*“ ‘Porque sou eu que conheço os planos que tenho para vocês’ , diz o Senhor,
‘planos de fazê-los prosperar e não lhes causar danos,
Planos de dar-lhes esperança e um futuro’ ”.*

Jeremias 29:11

4 ESTUDO DE CASO

Segundo Gil (2010, p. 37) o estudo de caso “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou mais objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”. Yin (2001, p. 32), ainda destaca que o estudo de caso “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e contexto não estão claramente definidos.” Buscou-se para a presente pesquisa explorar o maior volume de dados, informações e observações, prezando pela parcimônia quanto à generalização das informações aqui apresentadas.

4.1 Cooperativa Dedo de Gente

Para compreender melhor o atual cenário da Cooperativa Dedo de Gente na cidade de Araçuaí, colocam-se como relevante conhecer a história desta iniciativa (mesmo que de forma sucinta), seu contexto histórico, os percursos seguidos até a atual configuração e as dificuldades já enfrentadas. Para isto, os dados e informações aqui coletados são provenientes de diversas fontes, como os trabalhos acadêmicos a nível mestrado de Luciana Almeida (2013), Ludmila Parreira (2014), Felipe Andrade (2017) e Valter Júnior (2015). Foram utilizadas também entrevistas com membros da Cooperativa Dedo de Gente da cidade de Araçuaí, palestra realizada pelo fundador da cooperativa, Sebastião Rocha em 2017, durante o Seminário Educação Empreendedora na Prática – Desafios para o crescimento, promovido pelo SEBRAE na cidade de Belo Horizonte, reportagens online e em revistas, *folders*, livros, website da cooperativa, entre outros.

A Cooperativa Dedo de Gente foi criada em 1996 na cidade de Curvelo/MG, a partir de uma iniciativa do CPCD – Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento que tem como pilares fundamentais de atuação a educação popular e o desenvolvimento comunitário. A cooperativa surgiu para gerar oportunidades de desenvolvimento humano e profissional para jovens a partir dos 18 anos. Além disso, o ensejo de prepará-los para a inserção no mercado de trabalho e gerarem uma fonte de renda.

O principal motivo para a criação da cooperativa foi à necessidade de continuidade dos trabalhos que o CPCD já vinha desenvolvendo com crianças no projeto Ser-criança. Segundo depoimento do próprio fundador, durante conversas com jovens que faziam parte do projeto Ser-criança e já haviam atingindo a idade máxima para participarem do projeto; muitos destes jovens não enxergavam oportunidades de emprego e renda na cidade e como comumente aconteciam iam para o corte de cana no interior do estado de São Paulo e Mato Grosso na busca por uma fonte de renda e trabalho.

A partir deste panorama, Sebastião Rocha decidiu criar a Cooperativa Dedo de Gente, uma alternativa de trabalho e renda para que estes jovens pudessem permanecer em seus locais de origem. Dentro da cooperativa existem diferentes

áreas de produção solidária que são conhecidos como fabriquetas; são elas: serralheria, marcenaria, fabricação de doces e licores, fabricação de vassouras com garrafas PET, jardinagem, tintas de terra, cartonagem, desenvolvimento de *software*, produção audiovisual, entre outros.

Hoje a cooperativa está presente em três municípios mineiros: Curvelo, Raposos e Araçuaí e atende cerca de 65 jovens atualmente. Segundo o fundador, a iniciativa já colhe bons frutos após anos de trabalho: jovens que saíram da cooperativa e tornaram-se empreendedores sociais, outros que juntaram dinheiro para estudarem em outras cidades e aqueles que conseguiram bons empregos devido à experiência e aprendizados vivenciados dentro da cooperativa.

Os jovens que chegam à cooperativa aprendem mais do que um ofício. São diversos os treinamentos e atividades que os jovens têm como rotina, por exemplo: atividades de fotografia, dinâmicas voltadas para o cooperativismo e trabalho em equipe, dia da criatividade, palestras e encontros com artesãos, pesquisadores e empreendedores, além de diversas ações que buscam aproximar os jovens da cultura local.

Além disso, utilizam-se algumas pedagogias que são comuns dentro da forma de trabalho de projetos do CPCD, como por exemplo, a “pedagogia da roda”, que se baseia em uma forma horizontalizada de conversa entre os diferentes membros da cooperativa. Os participantes fazem um círculo e expõem suas opiniões, dificuldades e ideias. As decisões tomadas a partir dessa conversa são feitas por meio de um consenso em comum, levando em consideração a opinião de todos os envolvidos. Segundo Edilúcia Borges, estes encontros acontecem pelo menos uma vez por semana ou sempre que houver necessidade. Este tipo de pedagogia é colocada por Borges como extremamente importante e eficaz dentro da cooperativa, pois faz com que os jovens sejam os protagonistas das decisões tomadas, enxerguem que suas opiniões são relevantes e faz com que eles percebam o importante papel que desempenham no projeto.

Os membros da cooperativa são divididos em duas categorias: bolsistas e cooperados. O grupo dos cooperados é formado por jovens que tem maior tempo no projeto, apresentam domínio pleno das técnicas e habilidades necessárias para o

desenvolvimento de produtos e estão aptos a ensinar os bolsistas. Eles recebem remuneração conforme o volume de produção mensal individual e cumprem o regime de 8 horas diárias de trabalho. Já o grupo dos bolsistas são os jovens recém-chegados a cooperativa. Eles são remunerados muitas das vezes através de editais de fomento (com valor fixo) e apresentam carga horária de trabalho de 4 horas diárias. Os bolsistas que se destacam durante o período de vigência da bolsa são convidados a se tornarem cooperados. Para tornar-se cooperado deve-se observar também a obrigatoriedade de idade mínima de 18 anos (JÚNIOR, 2015; ANDRADE, 2017).

Segundo Andrade (p. 68, 2017) a cooperativa apresenta uma “estrutura jurídica independente do CPCD que aglomera todas as fabriquetas e serve de plataforma para unificar as vendas, a produção e a distribuição de recursos”.

Desde o seu surgimento a cooperativa sobrevivia principalmente por meio de recursos de editais de fomento e parcerias com empresas privadas e públicas, como por exemplo: Petrobrás, AngloGold Ashanti e Natura. Atualmente, devido à crise econômica que o país atravessa, estes tipos de recursos tornaram-se escassos, o que dificultou o caminhar da cooperativa e deixou em evidência sua insustentabilidade financeira.

Outro agravante deste cenário, é a redução das vendas dos produtos artesanais comercializados nas lojas Dedo de Gente, em Araçuaí e Curvelo. Segundo Edílúcia Borges, coordenadora da unidade de Araçuaí, foi necessária a redução do número de jovens que participavam das fabriquetas como bolsistas e cooperados, além de traçar novas alternativas para aquisição de materiais e insumos.

4.2 Cooperativa Dedo de gente na cidade de Araçuaí

O município de Araçuaí está localizado no norte do estado de Minas Gerais, em uma região mais conhecida como Vale do Jequitinhonha. O município conta com uma área de 2.326 Km², dividida em aproximadamente 70 comunidades rurais e uma população de 36.041 mil habitantes. A população urbana é de 23.430 e a rural, 12.611. O principal afluente que corta a cidade é o Rio Araçuaí, que teve importante

papel para o desenvolvimento da cidade. O município ainda conta com os ribeirões Calhauzinho, Piauí, Gravatá e Setúbal de relevante importância para os produtores rurais da região (JÚNIOR, 2015).

A renda per capita da cidade é baixa, devido à falta de desenvolvimento econômico da região e de oportunidades de trabalho e renda. A partir deste cenário a cidade enfrenta uma série de problemas sociais, sem nenhuma solução aparente.

É a partir deste panorama que diversos projetos sociais instalaram-se em Araçuaí, na busca pelo desenvolvimento social na cidade. A Cooperativa Dedo de Gente chegou à cidade em 1996, implantando as fabriquetas de marcenaria e serralheira, que algum tempo depois ficaram conhecidas como fabriqueta “Arte em madeira” e fabriqueta “Arte em sucata de ferro”. Diversas outras fabriquetas foram surgindo com o passar dos anos, por exemplo: Fabriqueta de cerâmica, bambuzeira, tintas de terra, moda Jequitinhonha e *software*. Mas nem todas estas fabriquetas perduram até os dias de hoje. Atualmente a Cooperativa Dedo de Gente da cidade de Araçuaí conta com as fabriquetas “Arte em madeira”, “sucata de ferro”, *software* e tintas de terra.

Segundo Edilúcia Borges, antes dos jovens ingressarem na cooperativa eles passam por uma formação técnica e metodológica que tem duração prevista de 4 a 5 semanas, sendo divididas da seguinte maneira: duas semanas de formação metodológica nas quais, são trabalhados os conceitos da cooperativa, valores humanos e culturais, noção de formação de time e cooperativismo, e o compromisso ambiental. Passadas as duas semanas, os jovens conhecem as fabriquetas e escolhem uma delas para trabalharem durante as duas ou três semanas subsequentes para a formação técnica. Durante a formação técnica este jovem aprende a utilizar o maquinário e ferramentas disponíveis, noções de segurança e desenvolvem objetos simples.

Em Araçuaí, 15 jovens fazem parte das fabriquetas e produzem em média de 250/300 produtos artesanais por mês. Estes produtos são comercializados na loja Dedo de Gente da cidade e alguns são enviados para a loja de Curvelo. O salário

médio dos artesãos gira em torno de R\$ 600,00 a R\$ 900,00 reais mensais, dependendo do volume de produção de cada um.

4.3 Fabriqueta “Tintas de Terra”

A fabriqueta “Tinta de terra” surgiu a partir de uma parceria entre a cooperativa e a artesã da cidade, Lira Marques. A artesã uma das responsáveis pela projeção da arte do Vale do Jequitinhonha para o mundo com seus trabalhos em argila e pinturas feitas com tinta de terra. Não se sabe ao certo quando ocorreu o surgimento da fabriqueta, pois esta apresentou uma trajetória um pouco incomum.

Lira Marques sempre procurou difundir seus conhecimentos em trabalhos manuais e fora proposto a ela, oficinas/encontros para auxiliar os jovens da antiga fabriqueta de cerâmica que existia na cidade. Mas devido ao alto índice de quebra das peças de cerâmica, Lira apresentou aos jovens a técnica de pintura a partir de pigmentos extraídos de diferentes tons de terra. Os jovens se adaptaram a técnica e fora decidido abrir a fabriqueta “Tintas de Terra”.

Vários produtos já foram produzidos ou pintados pela fabriqueta, como por exemplo: casa de passarinho, vaso de plantas, cartões, cartazes, porta vasilhas, camisas, entre outros. Os artesãos também oferecem o serviço de pintura decorativa em paredes. Normalmente este trabalho é feito a partir de demandas que chegam até a loja da cidade.

O produto mais comercializado por esta fabriqueta são os cartões (Fig. 08) que apresenta valores que variam de R\$ 2,00 a R\$ 4,00 reais dependendo do tamanho do cartão. Além da comercialização dos cartões na loja da própria cooperativa, eles também são vendidos em uma floricultura da cidade. Os materiais utilizados no processo de produção são: tinta (já preparada), pincéis, pano seco, estilete, fita crepe e potinhos de plástico.

Figura 08: Cartões produzidos pela fabriqueta Tintas de Terra.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Quando a pesquisadora foi conhecer o espaço da cooperativa e entrevistar a coordenadora, ela relatou que esta fabriqueta estava com as atividades suspensas devido à falta de demanda pelos produtos. Duas cooperadas que trabalhavam na fabriqueta foram realocadas para outras áreas dentro da cooperativa. Devido ao interesse pela pesquisa e a concessão de duas bolsas obtidas pela cooperativa, à coordenadora decidiu reabrir os trabalhos desta fabriqueta com dois bolsistas. Hoje a fabriqueta conta com a participação de 4 jovens, dois deles que são bolsistas e outros dois que trabalham esporadicamente, e que foram a ponte para ensinar a técnica aos bolsistas.

4.3.1 Processo de produção

O processo de produção inicia-se com a busca pela cor da terra desejada. Na região do Vale do Jequitinhonha é possível encontrar praticamente todas as cores de tintas de terra. A única que não é encontrada é a terra preta, que normalmente encontra-

se na região nordeste do país. Portanto, os artesãos utilizam o carvão para obter este pigmento (Fig. 09).

Figura 09: Tinta preta que é obtida através do carvão.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Para o deslocamento em busca de terra, os artesãos utilizam um automóvel e vão junto a algum responsável (normalmente a coordenadora da Cooperativa). Chegando ao local, os artesãos manuseiam pás e enxadas para quebrar a terra em blocos grandes. Estes blocos são colocados em sacos plásticos para serem transportados até a sede de cooperativa. Quando esta terra chega à sede, parte dela é armazenada em um espaço específico para ser preparada posteriormente e a outra parte vai para um barracão.

É neste espaço que se inicia o preparo da terra. Os jovens retiram os blocos de terra dos sacos, colocam em suportes de madeira ou de plástico e vão quebrando com machadinhas ou pedaços de pau (Fig. 10). Após quebrarem eles a peneiram e vão repetindo este processo em torno de 4 a 6 vezes até obterem um pó bastante fino.

Figura 10: Trabalho de quebra dos blocos de terra.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Algumas cores, como por exemplo o lilás necessita de um procedimento diferente de obtenção e mais trabalhoso. A terra da cor lilás é encontrada junto à terra de cor branca, formando pequenos tracejados lilás (Fig. 11). Os blocos desta terra são quebrados em blocos menores, e a partir destes blocos menores ocorre uma raspagem com ferramenta específica (desbastador) para a separação das duas cores.

Em alguns casos é possível separar as duas cores dando leves batidas sobre os blocos menores, pois a cor branca tende a se esfarelar de maneira mais fácil do que a cor lilás. Quando as cores já estão separadas, os artesãos realizam o mesmo processo de obtenção de uma cor comum.

Figura 11: Bloco de terra lilás e branco antes da separação.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Após a obtenção do pó, as cores são separadas em latões de tintas e armazenadas para uso posterior. Quantidades menores são separadas e colocadas em pontes de vidro para a elaboração da tinta. Em proporções adequadas são adicionados água e cola a este pó; depois de misturados a tinta está pronta para uso. Para devida conservação estes potes devem permanecer fechados durante o período de não utilização da tinta.

Para a realização das pinturas cada artesão trabalha com um processo bastante pessoal. Observou-se que alguns artesãos preferem fazer um leve esboço sobre o que será pintado e outros já pintam direto no material ou objeto (Fig. 12). Não há nesta etapa um passo a passo de como o artesão deve desenvolver sua pintura, deixando livre para que cada artesão siga o caminho que melhor lhe atenda. Nesta etapa os artesãos utilizam lápis, borracha, pincéis, fita crepe, e um pedaço de tecido. Após os produtos finalizados, eles são guardados em um armário dentro da sala da fabriqueta.

Figura 12: Esboço sendo feito na peça antes da pintura.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Também é parte do processo de produção no desenvolvimento dos cartões, o corte dos mesmos. Os papéis (reciclados) são enviados pela sede da cooperativa em Curvelo. As folhas chegam em formatos grandes para serem cortadas. No processo de pintura da camisa, após a pintura finalizada utiliza-se o produto Liqui-brilho para fixar a tinta na camisa.

4.3.2 O ambiente de trabalho

A fabriqueta “Tinta de Terra” ocupa uma das salas da antiga sede da FEBEM na cidade de Araçuaí. O espaço tem cerca de 10 metros quadrados. A sala apresenta 2 (duas) portas: uma para entrada na sala e outra lateral que dá acesso ao banheiro feminino. Em uma das paredes têm uma janela de ponta a ponta que contribui para a ventilação e iluminação do local.

O ambiente ainda conta com um ventilador de teto, um armário para guardar os produtos de pequeno a médio porte que são feitos e uma mesa central onde os

jovens desenvolvem seus trabalhos. Em uma das paredes há um móvel onde pode-se fixar latas de tintas grandes, que servem para a armazenagem do pó da terra, separando por cores.

Os artesãos ainda contam com um segundo espaço, onde é feita a armazenagem dos sacos de terra a serem preparados para transformar-se na tinta. Neste espaço eles guardam também latas de tintas e potes de plástico e vidro para o preparo e armazenagem da tinta. Como esta atividade produtiva não gera resíduos ou sujeiras, não há rodízio entre os artesãos para a limpeza dos espaços.

4.3.3 Principais dificuldades

Está claro que o grande empecilho para esta fabriqueta é com relação à demanda por deste tipo de produto. Não há por parte dos clientes da cooperativa demanda pelas peças que são feitas atualmente. Algumas das peças (como por exemplo: as camisas) que estão à venda na loja, estão expostas há vários meses e não tem saída. Tratando deste produto em específico (camisas), percebe-se também a falta de opções de tamanhos, o que dificulta ainda mais a venda.

Outra dificuldade observada desta fabriqueta é com relação ao desenvolvimento de novos produtos. Os produtos que são desenvolvidos são os mesmos desde o surgimento da fabriqueta. Não houve grandes inovações ou novidades no sentido de oferecer novos produtos aos clientes. Notou-se certa dificuldade por parte dos artesãos que faziam parte da fabriqueta e os que hoje fazem parte hoje, em propor novos produtos e serviços.

Observou-se que os desenhos criados pelos artesãos na maioria das vezes sempre são sobre os mesmos temas. E isso não muda com o passar do tempo. Sabe-se que todo cliente sempre busca por novidades, algo diferente do que aquilo que ele viu na sua última compra ou visita a loja, e isso não acontece com os produtos desta fabriqueta. Além disso, os desenhos não apresentam nenhum tipo de sazonalidade.

Nota-se que devido à baixa margem de lucro que os produtos desta fabriqueta oferecem aos cooperados, acompanhado de uma demanda inexpressiva, faz com

que a evasão dos jovens seja grande ou que eles prefiram ir para outras fabriquetas que ofereçam maiores margens de lucro. Isto já é um problema que vem sendo vivenciado há alguns anos e que foi relatado pela coordenadora da Cooperativa.

4.4 Fabriqueta “Arte em madeira”

A fabriqueta “Arte em madeira” surgiu junto com a criação da Cooperativa Dedo de Gente na cidade de Araçuaí, em 1996. Já existia a fabriqueta “Arte em madeira” na cidade de Curvelo, o que facilitou a instalação da mesma na cidade. Técnicos da cidade de Curvelo foram até Araçuaí para ensinar aos jovens que estavam ingressando na cooperativa técnica de marcenaria, uso do maquinário, ergonomia, segurança no trabalho, entre outros assuntos.

Ao longo destes anos a fabriqueta desenvolveu diversos móveis, como: banco, cadeiras e poltronas, armários, aparadores, etc. A madeira utilizada nas criações varia de acordo com as oportunidades de ofertas encontradas. Já se trabalhou com madeira de demolição, madeiras reaproveitadas de trilhos de trem, entre outros.

Há algum tempo, a fabriqueta vem passando por dificuldades na compra de madeiras, por questões de nota fiscal, dificuldade de encontrar madeiras legalizadas. Devido a isto a compra passou a ser feita pela sede da Cooperativa na cidade de Curvelo. A partir de então, o valor da matéria-prima e consequentemente dos produtos tornaram-se inviáveis devido a questões logísticas.

Atualmente, a Cooperativa realizou parceria com um empreendedor da cidade de Araçuaí, que tem plantação de Mogno Africano de oito anos na região. O empreendedor fornece madeira de desbaste e em troca recebe uma participação sobre as vendas dos produtos de madeira. A madeira de desbaste não é uma madeira de qualidade para o desenvolvimento de móveis, devido a sua espessura, umidade e outros. Mas para a criação de peças menores a madeira é adequada. Portanto, os artesãos têm experimentado atualmente a criação de objetos menores, como por exemplo: revestimento, porta vinhos, bandejas e luminárias.

Hoje a fabriqueta conta com três jovens, um bolsista e outros dois cooperados que trabalham por produção (Fig. 13). Os jovens trabalham de segunda-feira a sexta-feira das 07:30 às 11:30 e das 13:30 às 17:30, e alguns sábados durante o mês, principalmente quando há encomendas de maior volume ou em meses de maior demanda: maio, junho, novembro e dezembro.

O salário é baseado no salário mínimo e os valores pagos são respectivos às horas trabalhadas. Não existe um número mínimo ou máximo de peças que os artesãos devem produzir mensalmente. Mas há uma cobrança por parte da coordenadora para que os artesãos produzam uma quantidade considerada satisfatória e que atenda a demanda da loja Dedo de Gente da cidade. Esporadicamente algumas peças são enviadas para a loja Dedo de Gente de Curvelo, em menor quantidade.

Figura 13: Artesãos trabalhando na oficina.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Os artesãos são responsáveis pela fase de pesquisa, criação, desenvolvimento, formação de preço, organização e limpeza do espaço e contato com fornecedores. Eles ainda contam com a ajuda de um técnico que vai a cooperativa

esporadicamente para auxiliá-los quando a formação de preço, criação dos produtos e ensinamentos quanto ao ofício de marcenaria.

Os maquinários disponibilizados aos artesãos são: esquadilhadeira, furadeira de bancada, torno, serra de fita, plaina de bancada, serra circular de bancada, lixadeira de bancada, furadeira, plaina manual, tupia, serra circular manual, As ferramentas são: martelo, formão, esquadro, gabarito, régua, grampo, alicate universal, trena e arco de serra. A manutenção do maquinário e substituição de peças mais complexas é feito também pelo técnico. Ajustes e consertos menores são realizados pelos próprios artesãos.

4.4.1 Processo de produção

O processo de produção inicia-se com o recebimento da madeira (1 metro cúbico a cada um ou dois meses) de um fornecedor da região e posteriormente a cubagem²³. Os artesãos de forma conjunta medem e anotam em um caderno todas as medidas das peças de madeira. Este processo dura em média de 2 a 3 dias de trabalho, dependendo do volume de madeira recebido que pode ser variável. É neste momento em que as tábuas são organizadas de forma cruzada com espaçamento entre as mesmas para que haja ventilação e seque com mais facilidade. Esta técnica de armazenagem é conhecida pelos artesãos como “cubicagem”.

Quando as madeiras chegam com um grau de umidade menor, elas são organizadas uma em cima de outra sem os espaçamentos (Fig. 14). Após a anotação passa-se os valores para uma tabela no excel/ para que o cálculo seja feito e repassado a coordenação para controle interno e para as vendedoras da loja.

²³ Cubagem é o processo de obtenção do volume de madeira. O cálculo é feito através de três medidas: comprimento, altura e espessura.

Figura 14: Organização das tábuas de madeira.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Todo início de mês, a coordenadora coloca em um quadro que se encontra dentro da oficina, imagens de produtos obtidas via internet que ela considera que sejam interessantes para a produção e para que os artesãos tenham um ponto de partida para criarem os novos produtos. É importante ressaltar que os artesãos tem total liberdade para propor os produtos que querem desenvolver durante o mês.

Computadores também são disponibilizados na sala da biblioteca para que os artesãos possam fazer buscas na internet de produtos e inspirações. Segundo entrevistas com alguns artesãos, objetos e formas encontradas pelas ruas da cidade também são uma fonte de inspiração: *“...na rua mesmo a gente vê algumas coisas, como por exemplo... na feira a gente vê alguma coisa diferente e acaba fazendo”*.

Após a definição do produto que será desenvolvido, os artesãos fazem um esboço de forma simplificada da ideia, mas na maioria das vezes isso não acontece (Fig. 15). Observa-se que os artesãos não têm o hábito de colocar no papel sua ideia, as medidas, formas de encaixe, etc. Após conversas com os artesãos, foi possível concluir que a maioria deles não faz esboços pois acreditam que não sabem desenhar, ou não enxergam a necessidade desta etapa para o processo produtivo.

Figura 15: Esboço dos produtos a serem desenvolvidos.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Eles iniciam a fase de desenvolvimento do produto escolhendo a tábua de madeira mais adequada levando em consideração a largura e espessura da mesma, e vão para a fase de corte, retirando as partes da madeira impróprias para uso. Após esta etapa os artesãos levam as madeiras para a plaina para o nivelamento da mesma, posteriormente medem e esquadrejam, fazem os acabamentos devidos com a tupia²⁴, realizam a espiga²⁵, lixam as peças normalmente três vezes com lixadeira orbital de diferentes grãos (180, 220, 320) ou lixa d'água em folha, tamanhos 120, 150, 220, 280, 320 e 600.

Após esta fase, colam-se as peças com cola Cascorez e cravejam os pregos. Caso haja necessidade, utiliza-se também a braçadeira de fita e grampos/sargentos²⁶

²⁴ Máquina elétrica usada por marceneiros para o acabamento em móveis. Com ela, é possível fazer ranhuras, molduras, entalhes, chanfros, encaixes, detalhes arredondados, entre outros. Disponível em: <http://blogdamarcenaria.com.br/tupia-manual/>.

²⁵ A espiga, ou encaixe macho como também é conhecido, é um tipo de encaixe feito na madeira muito utilizado na produção de mobiliário. Essa é a parte que ficará encaixada no furo ou espaço que será aberto em outra peça.

²⁶ Grampos ou sargentos são peças utilizadas durante o ofício da marcenaria para fixar, firmar ou proteger peças de madeira umas nas outras ou não, impedindo a movimentação ou separação dos mesmos durante o trabalho.

enquanto se espera pela secagem da cola. Caso o artesão perceba que a peça necessita ser lixada mais vezes, ele pode realizar o procedimento mesmo com os pregos e a cola.

Após a secagem da cola e com a peça montada (através da fixação de parafusos e pregos), aplica-se selador específico de madeira para evitar que entre umidade na peça, aguarda alguns minutos até que o produto esteja seco, lixa-se novamente e para finalizar passa-se a cera com estopa para impermeabilizar e dar brilho a peça (Fig. 16).

Quando há necessidade de tampar algum buraco específico (principalmente quando se realiza espigas na peça) ou quando a peça apresenta algum pequeno defeito, os artesãos fazem uma “massinha” com serragem e cola e aplicam no local necessário antes de utilizarem o selador.

Figura 16: Acabamento final na peça com cera.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Após a finalização das peças, os artesãos guardam-nas em uma sala específica para armazenagem de toda a produção do mês. Na maioria das vezes, quando se aproxima do final do mês, eles vão até a sala da biblioteca ou a sala da coordenação para realizarem o cálculo de custos e formação de preço dos produtos desenvolvidos durante todo o mês através de tabela específica no programa *Excel* (Fig. 17).

Ao serem questionados sobre se há alguma anotação prévia do tempo e materiais utilizados para controle durante o mês, os artesãos responderam que já estão acostumados a fazerem os cálculos e que muitas das vezes estes dados são feitos através de uma estimativa.

Figura 17: Artesão utilizando o *Excel* para calcular os custos dos produtos.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Observou-se o uso de moldes em papel (Fig. 18) feitos pelos próprios artesãos para o desenvolvimentos de algumas peças, como tábuas, porta vinhos e detalhes em algumas peças.

Figura 18: Moldes utilizados pelos artesãos.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

4.4.2 O ambiente de trabalho

A fabriqueta “Arte em madeira” ocupa uma das salas da antiga sede da FEBEM na cidade de Araçuaí. O espaço tem cerca de 14 metros quadrados. A sala apresenta 2 (duas) portas: uma para entrada na sala e outra lateral que dá acesso ao quintal. Todas as paredes têm janelas em toda a extensão da parede, contribuindo para a ventilação e iluminação do local, conforme mostra na figura 19.

A sala não apresenta foro e o chão é de cimento batido, desnivelado. O ambiente ainda conta com um armário e um baú para guardar as ferramentas e materiais de insumos, um gaveteiro que não é utilizado pelos artesãos, além dos maquinários utilizados na fabricação dos produtos.

Figura 19: Espaço da Fabriqueta “Arte em madeira”.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Na área do quintal os artesãos armazenam as madeiras em local coberto e com ventilação. O espaço tem cerca de 6 metros quadrados, o suficiente para armazenar cerca de dois metros cúbicos de madeira. As madeiras são organizadas pelos próprios artesãos.

A organização e limpeza do ambiente é feita a cada 3 ou 4 dias pelos próprios artesãos. A serragem é guardada em sacos plásticos na área do quintal e doada semanalmente para a fazenda de permacultura²⁷ do CPCD da cidade. As sobras de madeira são entulhadas em uma área descoberta do quintal e quando necessário os artesãos utilizam algum pedaço de madeira para a produção das peças. Quando

²⁷ “Permacultura é uma expressão originada do inglês “*Permanent Agriculture*” e foi criada por Bill Mollison e David Holmgren na década de 70 do século passado... a permacultura transpassa desde da compreensão da ecologia, da leitura da paisagem, do reconhecimento de padrões naturais, do uso de energias e do bem manejar os recursos naturais, com o intuito de planejar e criar ambientes humanos sustentáveis e produtivos em equilíbrio e harmonia com a natureza.” Disponível em: <http://permacultura.ufsc.br/o-que-e-permacultura/> .

não são utilizadas, doa-se esporadicamente para pessoas da cidade que empregam na queima em fogões a lenha ou outras atividades.

Os artesãos (de todas as fabriquetas da cooperativa) ainda contam com outra sala com cerca de 25 metros quadrados para guardar as peças que são produzidas durante o mês. Eles dividem a sala para que cada artesão possa separar a sua produção do mês. É dentro desta sala que a coordenadora da Cooperativa avalia os produtos e definem quais estão aptos para serem expostos na loja ou não.

4.4.3 Principais dificuldades

Segundo relatos dos próprios cooperados que fazem parte da fabriqueta a principal dificuldade enfrentada atualmente dentro das oficinas é com relação à falta de maquinário e ferramentas adequadas para a realização dos trabalhos. Os maquinários presentes na oficina são muito antigos, alguns estão sem uso devido à quebra de peças e falta de mão de obra especializada para o conserto, além de alguns não serem adequados para o tamanho de objetos produzidos por eles.

Além disso, toda a compra de materiais de insumos (lixa, colas, pregos, parafusos, cera, selador, etc) são feitos pela matriz da cooperativa com sede em Curvelo. A compra dos materiais é feita pela matriz devido a controles internos de compra, mas também pela dificuldade em se encontrar certos materiais de insumos na cidade de Araçuaí. O pedido por materiais de insumos é feito através de solicitação por parte da coordenadora da cooperativa e o envio é realizado quando há funcionários em trânsito entre as cidades Araçuaí – Curvelo, como forma de economizar na logística da empresa. Segundo relatos dos cooperados muitas vezes o trabalho é pausado devido à falta e demora para envio dos materiais, a quantidade pedida em sua grande maioria não é enviado, o que dificulta as atividades dentro da fabriqueta.

A dificuldade em escoar os produtos (principalmente os móveis) da cidade também é uma dos empecilhos vivenciados pela fabriqueta e que foi relatado à pesquisadora. A cooperativa não apresenta logística própria ou terceirizada para envio de produtos para outras cidades; ela utiliza empresas de ônibus e o sistema dos correios para o envio de peças a outras localidades, o que ocasiona em um aumento expressivo no

valor das peças e conseqüentemente na não efetivação da compra. A cooperativa tem parcerias comerciais com lojas em algumas cidades (Diamantina, Belo Horizonte, Sete Lagoas, São Paulo) mas nenhuma delas ainda comercializa os produtos em madeira.

A madeira utilizada para produção dos produtos também apresenta algumas limitações. Como a madeira utilizada é uma madeira de desbaste, muitas vezes as tábuas que chegam à cooperativa são impróprias para o uso: madeiras com brocas²⁸ e com a umidade muito alta (acima de 10) são os principais problemas. A umidade da madeira é medida através de aparelho específico, evitando assim problemas rotineiros, por exemplo: que a ferramenta do torno perca o fio, que a pintura fique mal feita ou inadequação do uso da madeira para determinados fins. Além disso, as tábuas de madeira chegam com a espessura muito fina o que inviabiliza a produção de algumas peças, principalmente móveis.

Segundo relato dos próprios artesãos, todo início de mês, quando inicia-se um novo módulo de produção, eles sentem muita dificuldade em dar início a criação das peças, em desenvolver as primeiras criações daquele mês. *“É difícil começar a fazer as peças no início do mês... depois que faz as primeiras é mais fácil, mas a gente fica sem saber o que fazer. Começar que é difícil, sabe?”*.

Observou-se também que os artesãos não têm um espaço (mesa ou bancada) para medirem, esboçarem, lixarem e selarem as peças. O espaço utilizado atualmente são as próprias bancadas dos maquinários dispostos pela oficina, o que faz com que ferramentas e materiais de insumos fiquem espalhados sobre as máquinas. Todas as vezes em quem vão utilizar uma máquina, eles precisam retirar os materiais que encontram-se sobre as mesmas.

²⁸ Brocas de madeira é o nome popularmente utilizado para besouros que danificam a madeira formando uma série de furos na peça de madeira. “Embora não tenha o mesmo poder de destruição dos cupins, podem causar grandes danos no madeiramento atacado por permanecer por longos períodos na madeira”. Disponível em: <https://uniprag.com.br/pragas-urbanas/brocas-de-madeira/>.

4.5 Loja Dedo de Gente da cidade de Araçuaí

Os dados abaixo apresentados foram colhidos pela pesquisadora através de visitas, observações e entrevistas realizadas durante o acompanhamento da rotina em horário comercial na loja Dedo de Gente da cidade de Araçuaí e na sede da cooperativa Dedo de Gente durante 20 dias. Os dados serviram como alicerce para um melhor entendimento do negócio como um todo e na busca por possíveis soluções aos problemas identificados.

Desde 2011 a Cooperativa Dedo de Gente dispõe de uma loja na cidade de Araçuaí para comercialização dos produtos. O investimento partiu de um patrocínio através de edital da Petrobrás no ano de 2010. Antes da inauguração do espaço, a comercialização ocorria em um showroom localizado na sede da Cooperativa Dedo de Gente. A comercialização das peças era feita pelos próprios artesãos e a coordenadora da cooperativa. O controle da empresa era feito através de planilhas do excel e as notas fiscais eram retiradas pela loja da cooperativa em Curvelo.

A loja está localizada na rua Dom Serafim, 233-303, bairro centro, como mostra a figura abaixo (Fig. 20). A rua é uma das principais do bairro e está situada próxima a comércios, escolas e importantes órgãos públicos da cidade, como por exemplo: Prefeitura Municipal de Araçuaí, Ministério Público, COPASA, Cartório de Registro de Imóveis, supermercado Fecriar, Colégio Nazareth, Universidade UNIP e UNOPAR, dentre outros. A movimentação nesta região da cidade acontece principalmente durante os dias da semana (segunda-feira a sexta-feira). Vale ressaltar que mesmo estando próximo a importantes pontos de grande circulação de pessoas na cidade, a loja encontra-se fora do atual centro comercial da mesma.

Figura 20: Mapa com a localização da loja Dedo de Gente na cidade de Araçuaí.



Fonte: Google Mapas, 2018.

O espaço é alugado e tem cerca de 500 metros quadrados, sendo compartilhado com a sede administrativa do CPCD na cidade e o escritório do Sítio Maravilha. São ao todo nove ambientes sendo eles: a loja, banheiro, estoque, cozinha, área comum, sala administrativa do CPCD, escritório do Sítio Maravilha, quintal e a exposição permanente de trabalhos de artesãos da cidade. A loja em si ocupa o espaço de 24 metros quadrados (Fig. 21) com o estoque apresentando 7,5 metros quadrados.

Os produtos atualmente comercializados na loja são: produtos das fabriquetas de madeira (móveis, revisteiro, porta vinho, bandejas, caixas de abelha, caixinhas porta-objetos, luminária, nichos, etc.); tintas de terra (kit tintas de terra, cartões e camisas pintadas com tintas de terra), sucata de ferro (objetos decorativos, porta plantas, porta lápis, troféus, castiçal, etc.) e doces, compotas, licores e geleias (doce de goiaba, geleia de pimenta, compota de figo, doce de banana, licor de hibisco, licor de pequi, geleia de pau a pique etc.).

Figura 21: Espaço da loja Dedo de Gente na cidade de Araçuaí.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Além disso, há CD's de corais e músicos regionais, cachaças e cerâmicas que são comercializados sob forma de consignação. O espaço conta com uma mesa central, prateleiras laterais para exposição dos produtos, um balcão de atendimento localizado na lateral esquerda do espaço, dois computadores, uma impressora, máquina para impressão de código de barras, e um armário. O ambiente é bem arejado, dispõem de uma janela de 2,40 x 1,70 metros e um ar condicionado (ligado esporadicamente) localizado na parede esquerda, ao fundo da loja. A iluminação do ambiente é feita através da luz natural e artificial, sendo utilizada a luz artificial mesmo durante o dia. O horário de funcionamento é de segunda-feira a sexta-feira das 9:00 às 18:00 e sábado das 9:00 às 13:00.

Por haver algumas peças de tamanhos grandes (móveis de madeira e produtos de outras fabriquetas) que impossibilitam a sua exposição dentro da loja, o quintal é utilizado como uma extensão da loja, conforme mostra a figura 22. O quintal conta com um espaço de aproximadamente 250 metros quadrados com apenas parte do ambiente sendo coberta. Neste espaço ainda há algumas pinturas nas paredes que

foram feitas pelos artesãos da fabriqueta “tintas de terra” que são utilizadas como exemplo dos trabalhos de serviço de pintura decorativa que a fabriqueta oferece. O espaço ainda é disponibilizado de forma gratuita para a comunidade para sessões fotográficas mediante agendamento prévio.

Figura 22: Quintal da loja Dedo de Gente.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

No ambiente ao lado da loja encontra-se uma exposição permanente com peças de alguns artesãos renomados da cidade e de cidades vizinhas como Lira Marques, Zefa, João Alves e Ulisses Mendes. Há ainda depoimento dos artistas acerca dos temas: Vale do Jequitinhonha, artesanato, artista, entre outros.

Nas paredes estão presentes textos com histórias e experiências de artesãos que já passaram ou que ainda fazem parte das fabriquetas na cidade conforme mostra a figura 23. Este ambiente atrai inúmeros turistas e curiosos que acabam por conhecer a loja também, já que a entrada é compartilhada dentre os dois ambientes.

Figura 23: Exposição permanente de artesãos ao lado da loja.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

A loja Dedo de Gente conta com duas vendedoras que são responsáveis por organizar e limpar o ambiente e o estoque, atender clientes, mostrar e explicar sobre os produtos, apresentar a Cooperativa Dedo de Gente, fechar a venda, embalar os produtos, repassar orçamentos de encomendas para os artesãos, lançar novos produtos no sistema, contatar clientes, marcar preços nas peças, lançamento de nota, balanço do mês, etc.

Além disso, a loja apresenta uma meta a ser alcançada mensalmente no valor de R\$ 15.000,00. Segundo informações de vendedoras e outros cooperados desde 2014 a loja não atinge a meta de venda com exceção nos meses de novembro, dezembro e maio/junho; há um aumento das demandas devido às comemorações de final de ano e as feiras que a cooperativa participa em outras cidades, como por exemplo, a Feira do Artesanato do Vale do Jequitinhonha que ocorre anualmente na cidade de

Belo Horizonte sob organização da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG e a Feira Nacional do Artesanato que acontece também na cidade de Belo Horizonte no Expominas. Os produtos das fabriquetas “tintas de terra” e “arte em madeira” apresentam pouca representatividade nos lucros da empresa. No mês de junho de 2018 a loja vendeu cerca de R\$ 9.000,00, sendo R\$ 646,98, relativo às vendas da fabriqueta “arte em madeira” e R\$ 347,34, relativo às vendas da fabriqueta “tintas da terra”. Já no mês de Julho de 2018 a loja vendeu cerca de R\$ 10.000,00, sendo R\$ 108,00, relativo às vendas da fabriqueta “arte em madeira” e R\$ 30,00, relativo às vendas da fabriqueta “tintas de terra”. A matriz da Cooperativa Dedo de Gente, localizada na cidade de Curvelo - MG é a responsável por toda a parte relativa ao setor financeiro da loja e os devidos pagamentos aos cooperados, bolsistas e funcionários.

Nem todos os produtos (mesmo os menores) ficam expostos dentro da loja devido à falta de espaço; por isso muitas vezes as vendedoras levam os clientes até o estoque para conhecer o restante dos produtos caso os clientes não se interessem por nenhum dos que se encontram expostos. Os preços nos produtos são marcados a mão nas *tags* e fixados nas peças através de uma cordinha.

Antes dos produtos serem embalados, no momento de fechamento da venda, as vendedoras retiram as *tags* dos produtos para serem reutilizadas. Além do nome da peça e o valor que é discriminado nas *tags*, elas ainda apresentam um breve texto falando um pouco sobre a cooperativa. Outros modelos ainda apresentam um texto falando um pouco sobre a fruta que foi utilizada para o desenvolvimento da compota, geleia ou licor e a *tag* de peças de lançamento (Fig. 24).

Figura 24: Tags utilizadas nos produtos.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

A embalagem utilizada para os produtos comercializados na loja Dedo de Gente de Araçuaí é única e feita com papel reciclado. As embalagens são em formato de sacola e apresentam dois tamanhos. As peças são embaladas em papel seda, colocadas dentro da sacola e por fora é grampeado um folder contendo algumas informações sobre a cooperativa e um laço (Fig. 25).

Peças maiores e/ou quando enviadas via correio, são embaladas em jornal e colocadas em caixas de papelão comum. Todo o material (sacolas, papel seda e folder) vem da cidade de Curvelo, matriz da Cooperativa Dedo de Gente. O envio de embalagens é feito a partir de solicitação pelas vendedoras da loja de Araçuaí, sendo enviado através de pessoas que trabalham na cooperativa quando precisam ir à cidade de Araçuaí. Devido a este tipo de logística adotada pela cooperativa, com certa frequência ocorre a falta de algum material utilizado no processo de embalar os produtos.

Figura 25: Embalagem utilizada na loja e folder.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

O sistema de controle e informações utilizado na loja é conectado ao das outras lojas da cooperativa (Curvelo e Raposos) e apresenta as seguintes informações sobre o cliente: nome completo, CPF (Cadastro de Pessoas Físicas), endereço, telefone e e-mail. Sempre que um novo cliente compra na loja as atendentes fazem o cadastro salvando na maioria das vezes todos os dados. O sistema ainda oferece controle de estoque, emissão de cupom fiscal, cadastro de fornecedores e o controle de compras.

4.5.1 Análises dos produtos

Como intuito de compreender melhor os produtos comercializados pelas fabriquetas “tintas de terra” e “Arte em madeira” foi proposto uma análise de 10 produtos das mesmas, seguindo alguns dos conceitos de desenvolvimento de produto proposto por Mike Baxter em seu livro “Projeto de produto: Guia prático para o design de novos produtos”, bem como análises perceptivas de acordo com observações feitas pela pesquisadora. Conforme Baxter (1998), os princípios do desenvolvimento de novos produtos são viabilidade e especificação, projeto e desenvolvimento, engenharia de produção, fabricação e vendas. Utilizaram-se os conceitos de

positivo, médio, fraco; adequado e inadequado. As análises serão apresentadas a seguir:

Quadro 04: Análise de produtos

	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Médio Identificação local: Positivo Atratividade: Positivo Harmonização visual: Positivo Significado simbólico: Positivo Construção Mock up: Não há Previsão de custo de produção: Inadequado Suporte escolhido: Adequado Acabamento: Positivo Princípios da sustentabilidade: Positivo Originalidade: Positivo
	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Média Identificação local: Médio Atratividade: Médio Harmonização visual: Positivo Significado simbólico: Médio Construção Mock up: ---- Previsão de custo de produção: Inadequado Suporte escolhido: Adequado Acabamento: Positivo Princípios da sustentabilidade: Positivo Originalidade: Médio
	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Não há Identificação local: Fraco Atratividade: Fraco Harmonização visual: Fraco Significado simbólico: Fraco Construção Mock up: ---- Previsão de custo de produção: Inadequado Suporte escolhido: Inadequado Acabamento: Fraco Princípios da sustentabilidade: Médio Originalidade: Fraco

 Serviço de pintura com tintas de terra	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Médio Identificação local: Médio Atratividade: Positivo Harmonização visual: Médio Significado simbólico: Médio Construção Mock up: ----- Previsão de custo de produção: Inadequado Suporte escolhido: ----- Acabamento: Positivo Princípios da sustentabilidade: Positivo Originalidade: Médio
 Banco de madeira	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Fraco Identificação local: Fraco Atratividade: Positivo Harmonização visual: Positivo Significado simbólico: Fraco Construção Mock up: Não há Previsão de custo de produção: Adequado Suporte escolhido: ----- Acabamento: Positivo Princípios da sustentabilidade: Positivo Originalidade: Médio
 Porta vinho de madeira	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Não há Identificação local: Fraco Atratividade: Positivo Harmonização visual: Positivo Significado simbólico: Fraco Construção Mock up: Não há Previsão de custo de produção: Adequado Suporte escolhido: ----- Acabamento: Positivo Princípios da sustentabilidade: Médio Originalidade: Fraco
 Revisteiro de madeira	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Não há Identificação local: Fraco Atratividade: Fraco Harmonização visual: Médio Significado simbólico: Fraco Construção Mock up: Não há Previsão de custo de produção: Adequado Suporte escolhido: ----- Acabamento: Positivo Princípios da sustentabilidade: Médio Originalidade: Fraco

 Bandeja de madeira	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Fraco Identificação local: Fraco Atratividade: Médio Harmonização visual: Médio Significado simbólico: Não há Construção Mock up: ----- Previsão de custo de produção: Adequado Suporte escolhido: ----- Acabamento: Positivo Princípios da sustentabilidade: Médio Originalidade: Não há
 Armário de madeira	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Fraco Identificação local: Médio Atratividade: Positivo Harmonização visual: Positivo Significado simbólico: Fraco Construção Mock up: Não há Previsão de custo de produção: Adequado Suporte escolhido: ----- Acabamento: Positivo Princípios da sustentabilidade: Médio Originalidade: Médio
 Porta celular de madeira	Princípios operacionais (projeto conceitual): Não há Configuração do produto (Desenhos e modelo): Não há Comunicação: Não há Identificação local: Fraco Atratividade: Fraco Harmonização visual: Médio Significado simbólico: Fraco Construção Mock up: Não há Previsão de custo de produção: Adequado Suporte escolhido: ----- Acabamento: Positivo Princípios da sustentabilidade: Médio Originalidade: Não há

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Observa-se que os produtos desenvolvidos pelas fabriquetas não apresentam em sua grande maioria, ligações e/ou referências com o território de origem, sendo este um grande ponto de diferenciação. São produtos com bom acabamento, mas não possuem referências regionais ou do próprio artesão, como por exemplo: a pintura na parede feita pela fabriqueta “Tintas de terra” que traz os cactos que são bastante comuns na região norte do estado com uma bicicleta *Penny-Farthing* que surgiu na Europa na década de 1880.

Outro exemplo que pode ser observado e que demonstra a falta de planejamento na fase de desenvolvimento de produto, é a bandeja de madeira que apresenta uma abertura lateral nas alças de madeira para o usuário encaixar a mão, mas não há espaço suficiente para colocar os dedos. Esta falta de planejamento também pode ser observada no porta vinho de madeira. A base da taça não se encaixa perfeitamente na abertura feita pelo artesão na peça, o que causa uma certa instabilidade.

As camisas pintadas com tintas da terra demonstram que o usuário e sua rotina não foram levados em consideração durante a construção do produto. A camisa desenvolvida não pode ser lavada em máquina, apenas a mão devido, devido a tinta e ao verniz (liqui-brilho) que é utilizado na pintura. Sabe-se que hoje, as pessoas estão cada vez menos com tempo para atividades rotineiras, como lavar roupas e procuram por produtos e serviços que venham a facilitar o dia-a-dia. As máquinas de lavar vieram exatamente para facilitar e solucionar de certa forma esta falta de tempo do ser humano. Quando o produto desenvolvido é impossibilitado de adequar-se a este novo panorama, cria-se uma barreira entre o produto e o usuário. Por isso, a importância de conhecer a fundo quem é o cliente e sua rotina.

Percebe-se também a falta de comunicação do produto em si. Alguns dos produtos que são produzidos pelos artesãos não conseguem expressar sua função através da forma e acabam por precisarem de explicações, como por exemplo: o porta celular de madeira. Isso também foi observado durante o acompanhamento da rotina na loja da cooperativa. As vendedoras muitas vezes precisam explicar qual a função de determinado objeto ou como se usa, o que explicita a falta de entendimento e comunicação do produto por si só.

Nenhum dos produtos apresentados acima passam pela fase de criação de mock up, como forma de “teste” final dos produtos a serem produzidos. Segundo relatos dos artesãos, algumas vezes durante o processo de fabricação, ocorre a não factibilidade do produto que está sendo desenvolvido, seja pelas medidas e distâncias adotadas, pelos cortes feitos na peça em madeira ou devido a ideia do produto não estar bem planejada; gerando assim um desperdício de matéria-prima. Muito é debatido sobre sustentabilidade dentro da cooperativa e diversas ações são

empregadas neste quesito. Mas nota-se que esta não é uma etapa discutida durante o processo de planejamento e desenvolvimento do produto.

Um ponto importante a ser levado em consideração é com relação à previsão de custos e composição de preço final dos produtos. Os artesãos utilizam uma tabela do excel para calcularem o custo de produção dos produtos e formarem os preços para venda. Esta tabela é seguida à risca pelos artesãos e tudo que é utilizado durante o processo produtivo é computado. Observa-se um grande controle por parte dos artesãos nesta parte do processo.

Outro fator positivo observado nos produtos é com relação aos cuidados e dedicação por parte dos artesãos na fase de acabamento dos produtos. Todas as peças apresentam bom acabamento tanto no processo de montagem como também no polimento e no momento de fixar. Nota-se este cuidado com relação aos produtos da fabriqueta Tintas de Terra também.

4.5.2 Análise da loja e comercialização

Os dados abaixo apresentados foram colhidos pela pesquisadora através de visitas, observações, entrevistas e aplicação de questionários realizados durante o acompanhamento da rotina em horário comercial na loja Dedo de Gente da cidade de Araçuaí pelo período de 10 dias. Os dados serviram como alicerce para um melhor entendimento do negócio como um todo e na busca por possíveis soluções aos problemas identificados. Durante o tempo de acompanhamento da movimentação na loja pela pesquisadora, conseguiu-se obter algumas informações importantes quanto a quantidade de pessoas que entra na loja, a quantidade de pessoas que entra na loja mas não realiza a compra, o ticket médio, observações que os clientes fazem com relação ao espaço e aos produtos, a dinâmica do cliente dentro da loja, abordagem das vendedoras, atendimento, dentre outras informações que serão apresentadas a seguir.

Percebe-se que grande maioria dos clientes que entram na loja e consomem os produtos são turistas acompanhados por moradores da cidade ou por indicação de hotéis, restaurantes ou outros estabelecimentos. Assim como relatado pelas

vendedoras e confirmado através de observações, os turistas tendem a consumir objetos de tamanho pequeno a médio, leves e que apresentem alguma ligação com os símbolos e histórias da cidade. Normalmente compram apenas 1 (um) produto.

O público da cidade de Araçuaí que consome os produtos é um público bastante restrito. Os produtos consumidos são em sua grande maioria para presentes ou encomendas de produtos específicos. A partir da aplicação de questionário (apêndice A) com intuito de compreender melhor a percepção da população de Araçuaí acerca da loja e dos produtos da Cooperativa Dedo de gente, destaca-se os seguintes pontos: criou-se a imagem na cidade de que os produtos que são comercializados na loja Dedo de Gente são produtos com preço elevado, não há uma comunicação efetiva acerca dos produtos e da própria cooperativa dentro da cidade (muitas pessoas relataram que não conhece ou que apenas já ouviu falar sobre a cooperativa. Outras disseram que não sabem quais produtos são comercializados) e que os produtos comercializados não agradam parte dos entrevistados.

Observou-se que os produtos consignados (CD's, cachaças e peças em cerâmica) apresentam pouca saída e uma margem de lucro pequena em comparação com outros produtos comercializados, mas eles são importantes pois contribuem com o mix de produtos dentro da loja. Sobre os produtos que são fabricados pelas fabriquetas “Tintas de terra” e “Arte em madeira” eles apresentam pouco apelo estético, muitas vezes sem nenhuma identificação local. Há ainda produtos que foram copiados a partir de busca de imagens da internet (relatado pelos próprios artesãos) e outros que apresentam limitações quanto ao uso.

A procura por objetos utilitários é algo que ocorre frequentemente na loja. A grande maioria dos produtos ofertados pela cooperativa são decorativos, e aqueles poucos utilitários que são oferecidos, como por exemplo: porta caneta, castiçal, tábuas de cortar carne, entre outros, não apresentam uma boa compreensão quanto a dinâmica de uso.

Com relação ao atendimento e a venda, identificou-se certa inexperiência por parte das vendedoras. Assim como relatado em conversa com a coordenadora da

cooperativa, Edilúcia Borges, as vendedoras não recebem nenhum treinamento ao serem contratadas para trabalhar na loja. Para algumas é até mesmo o primeiro emprego, seguindo o ‘espírito’ da cooperativa em dar a primeira oportunidade de emprego aos jovens.

4.6 Oficinas de Design e artesanato

As oficinas de Design e artesanato tiveram como objetivo ampliar o conhecimento dos participantes em temas que pudessem contribuir para um melhor desenvolvimento de produtos artesanais, bem como a compreensão de toda a cadeia sistêmica da qual eles fazem parte. Segundo Rena e Pontes (2009), aulas teóricas juntamente a exercícios práticos reforçam o conhecimento adquirido de forma empírica.

Com intuito de levar até a cooperativa especialistas de diferentes áreas para conduzirem algumas das oficinas, realizou-se uma parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Social da cidade de Araçuaí para o financiamento de viagem e hospedagem de professores e empreendedores à cidade.

4.6.1 Design e artesanato

A aula “Design e Artesanato” foi elaborada pela responsável da presente pesquisa sob orientação da orientadora Rita de Castro Engler. O encontro se iniciou com a apresentação do planejamento das oficinas, bem como os dias e horários previstos para cada encontro. Na sequência foi entregue o termo de uso de imagem e o termo de comprometimento de participação para que os artesãos presentes pudessem ler e assinar (apêndices B e C). Sem questionamentos, os jovens assinaram e devolveram a pesquisadora.

A partir de então buscou-se instigar os participantes a pensarem sobre o que eles imaginavam que fosse o termo design, conforme figura 26. Alguns dos participantes disseram que já haviam escutado a palavra associado a algo bonito, com uma boa estética e que também já ouviram a palavra associada ao campo de jogos de videogame.

Figura 26: Discussão entre os artesãos e apresentação da atividade.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Em sequência foi apresentado que o design pode sim estar associado à questão da estética do produto, mas que hoje o design expandiu o seu campo de atuação se apropriando de uma visão ampla e sistêmica com o seu pensamento centrado no usuário. Foram exibidos alguns exemplos de produtos que deram certo por que o usuário foi levado em consideração não apenas na fase de desenvolvimento do produto, mas também na comunicação, no comercial, no financeiro, etc. Também apresentou-se produtos que não obtiveram sucesso, devido à falta de compreensão e de se pensar no usuário em todas as fases dentro de uma empresa.

A após o intervalo buscou-se relacionar os campos de design e artesanato, e como o design poderia contribuir para que o artesanato pudesse potencializar o seu valor monetário dentro do mercado. Como atividade para este encontro foi proposto aos participantes que preenchessem dois quadros (apêndice D e E) no qual eles iriam fazer uma reflexão e avaliação dos produtos e processos já desenvolvidos desde então, indicando aqueles que considerem que sejam positivos e aqueles negativos (justificando cada um deles), além de indicar produtos e processos ‘estrelinhas’ (produtos que apresentam um bom retorno no mercado e processos que contribuíram de alguma forma para o aperfeiçoamento na fase de desenvolvimento destes produtos). Além disso, eles ainda poderiam escrever em uma outra parte deste quadro pensamentos e ideias sobre os produtos e os processos que eles ainda não desenvolvem, mas que poderiam ser testados.

A atividade foi avaliada como positiva pelos artesãos e pela coordenadora da cooperativa, porquê a partir dela eles conseguiram em grupo refletir sobre os produtos que são desenvolvidos dentro da fabriqueta, compartilhar as conhecimentos e informações com os novos cooperados (há 2 novos bolsistas participando das oficinas) e começarem a pensar quais são outras possibilidades ainda não exploradas.

4.6.2 O cliente

O segundo encontro foi focado no tema “o cliente”. Buscou-se neste encontro compreender qual a percepção que os artesãos tinham a respeito de seus clientes e traçar um perfil deste público através do uso de ferramentas do marketing, conforme mostra na figura 27. Para isso ao início do encontro foi questionado sobre quem eram os clientes da Cooperativa Dedo de Gente e quem realmente adquiria os produtos. Os artesãos fizeram suposições como por exemplo: *“Acho que são pessoas que gostam de cultura, artesanato.”*, *“gente que vem visitar Araçuaí e quer levar um presente para alguém”*, mas eles não souberam dizer características que pudessem descrever melhor e de forma mais clara o cliente da cooperativa. Também foi levantado a questão do porquê eles achavam que deveriam conhecer o perfil destas pessoas que compravam seus produtos. Os artesãos não souberam responder a esta pergunta.

Figura 27: artesãos analisando dados do cliente e construção do mapa de empatia.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

A partir de então foi apresentado em forma de slides os motivos pelo qual uma empresa/empreendedor/artesão deve conhecer a fundo o seu cliente, e que somente entendendo de verdade as pessoas que adquirem os produtos que será possível oferecer soluções relevantes para elas e consequentemente obter uma boa rentabilidade, aumentar a sua competitividade no mercado e reter clientes.

Na sequência foi apresentado as 3 ferramentas do marketing que são utilizadas para traçar o perfil do cliente: público alvo, personas e o mapa de empatia. Além disso foi debatido o porquê a ferramenta de público alvo tem sido cada vez mais menos utilizada pelas empresas, devido à falta de definição das características e comportamentos do cliente, oferecendo apenas uma visão superficial do público.

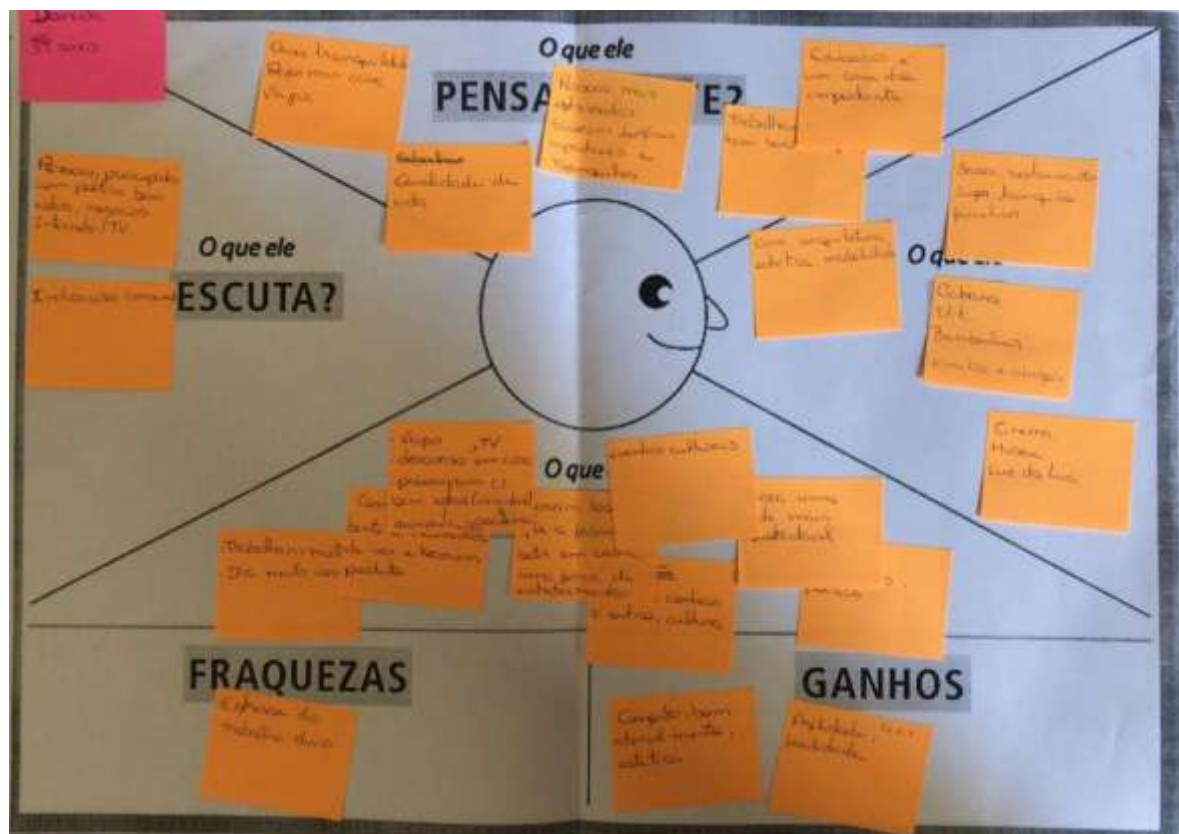
Como atividade deste encontro foi realizado a construção do mapa de empatia e personas com intuito de compreender melhor quem são os clientes da Cooperativa Dedo de Gente, e consequentemente criar produtos e serviços de trazem benefícios reais aos clientes ou que atendam seus desejos/necessidades. Para isso, foi desenvolvido com antecedência pela responsável da presente pesquisa um questionário (apêndice F) de perfil de consumidor no qual foi realizado com atuais compradores da loja Dedo de Gente da cidade de Araçuaí, a partir do banco de cadastro da loja.

Após a tabulação dos dados, estas informações foram transformadas em gráficos (apêndice F) e disponibilizados aos artesãos para que com estas informações eles fossem capazes de preencher o mapa de empatia (anexo A) e criar a persona (anexo B). A criação do mapa de empatia contribui para compreender quais são os desejos, medos e sonhos do cliente, bem como o seu dia a dia, seus valores e suas visões, quais tipos de produtos e marcas que consomem regularmente, o que ele faz, o que ele pensa, como ele age, Conforme mostra na figura abaixo (Fig. 28).

O perfil construído foi de uma mulher, casada e com filhos, de classe média alta, que tem um comércio na cidade e se interessa pela vida no campo, cultura e gosta de estilos rústicos. Nota-se que os artesãos tiveram facilidade na construção das duas ferramentas e rapidamente envolveram-se com a atividade. A coordenadora da cooperativa, que acompanhou as atividades deste encontro demonstrou-se bastante

satisfeita com os dados colhidos e pediu uma cópia para guardar para futuros trabalhos ou projetos.

Figura 28: Mapa de empatia preenchido pelos artesãos.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Ao final do preenchimento do Mapa de empatia os artesãos nomearam e deram uma idade a “persona” criada: Daniela, de 37 anos. Esta atividade foi colocada pelos próprios artesãos como muito importante para ajudá-los não apenas no desenvolvimento dos produtos, mas como também na comercialização e na comunicação com os clientes. O mapa de empatia e a construção da persona foram colados na parede onde os artesãos se reúnem durante as oficinas, para que eles pudessem consultar quando sentissem necessidade.

4.6.3 Comunicação do produto

O objetivo da aula sobre “Comunicação do produto”, ministrada por uma empreendedora no ramo de marketing e *Branding*, era ampliar os conhecimentos dos artesãos acerca de que maneiras seus produtos poderiam comunicar

(principalmente os valores) de forma efetiva com os clientes, conforme mostrado na figura 29. A palestrante iniciou sua fala trazendo o conceito de marca, que é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços, ou seja é a representação simbólica de uma empresa. Podendo ser representada a partir de um nome, uma marca verbal, imagens ou conceitos.

A partir de então se apresentou todo o universo de comunicação, seja ela visual, verbal, sensorial e interativa de uma marca e foi exposto alguns pontos deste universo, como por exemplo: fotografia, cores e padrões, toque e textura, linguagem única, tipografia, conteúdo, ícones e tom de voz. Foi discutido ainda de que formas a comunicação entre o cliente e a Cooperativa Dedo de Gente poderia ocorrer transpondo a singularidade e os valores dos produtos.

Figura 29: Apresentação sobre o tema da aula e os artesãos reunidos.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Após o intervalo foram realizadas duas atividades utilizando ferramentas do marketing: “mapa de valor” (anexo C) e o “manifesto de marca”. O mapa de valor tem como objetivo identificar quais são as atividades da Cooperativa que são responsáveis pela maior agregação de valor. Esta atividade se faz necessária para que os artesãos possam ter uma maior compreensão do negócio como um todo. Já o manifesto de marca é uma espécie de “carta” que tem como objetivo comunicar a missão, visão e valores e outros dados importantes sobre uma determinada

4.6.4 Identidade, cultura material e imaterial.

Figura 30: Artesãos reunidos discutindo sobre os novos produtos e atividade realizada.



Após o debate, apresentou-se o conceito de cultura material e imaterial, sendo a cultura material algo que está relacionado com a finalidade ou sentido que os

objetos têm para um povo numa cultura. O que é material é físico, é objeto ou artefato e é entendido pelos seres humanos como um legado. A cultura material ainda pode ser dividida em dois grandes grupos “...em bens imóveis como os núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; e móveis como coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticas, videográficos, fotográficos...” segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN²⁹. E a cultura imaterial é algo que possui um grau de abstração, ou seja, algo que não é concreto. Segundo IPHAN³⁰ a cultural imaterial seria “...práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares (como mercados, feiras e santuários que abrigam práticas culturais coletivas).” Envolvem os conhecimentos que são transmitidos de geração a geração.

Depois que estes conceitos foram apresentados aos artesãos com exemplos da cultura material e imaterial brasileira, foi realizada uma atividade em grupo no qual os artesãos deveriam identificar e classificar a cultural material e imaterial da cidade de Araçuaí. Esta atividade foi definida pelos próprios artesãos como bastante proveitosa, pois foi um momento que eles puderam analisar os valores culturais do próprio território e ver o quão rico de referências a comunidade de Araçuaí apresenta. Também foi um momento de bastante entrosamento entre o grupo, muitos puderam relembrar histórias e compartilhar momentos que viveram durante as festas tradicionais da cidade, encontros e ou histórias de figuras caricatas (bigudo e Nazinha) e preferências de comidas típicas da região.

Após o intervalo os artesãos retornaram à sala para realizarem uma atividade voltada para a criação dos novos produtos. Todos os artesãos tanto da fabriqueta “Tintas de Terra” como também da fabriqueta “Arte em madeira” se reuniram para pensarem juntos sobre os produtos. Eles decidiram que seria interessante realizar uma linha de produtos no qual todos os produtos conversassem entre si e tivesse uma mesma “linha” de inspiração. Foi sugerido utilizar as técnicas das duas

²⁹ <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/276>.

³⁰ <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>.

fabriquetas juntas em uma mesma peça, não utilizar metal nos novos produtos, criar produtos menores (tanto decorativos como também utilitários) e dar preferência a produtos para casa e que eles nunca tenham desenvolvido antes, como por exemplo: painéis, candelárias, porta plantas, luminárias, dentre outros. Eles ainda decidiram criar um grupo no *whatsapp*³¹ para o compartilhamento de informações e imagens que pudessem servir de referência.

4.6.5 Expedição Fotográfica

O quinto encontro constitui-se de uma expedição fotográfica pela cidade para que os artesãos pudessem reconhecer a cultura material e imaterial de seu território, bem como registrar suas singularidades e “trabalhar o olhar”. A expedição fotográfica aconteceu em um sábado, dia em que a cidade está mais movimentada devido à ida de feirantes e moradores da zona rural a cidade. Este dia foi escolhido estrategicamente pois algumas das peculiaridades encontradas na zona rural e que fazem parte do cotidiano das pessoas que vivem no Vale do Jequitinhonha como um todo, são expressadas na cidade neste dia.

Devido a grande extensão da área urbana da cidade optou-se em fazer a expedição com o apoio de uma van, a qual iria parar em alguns pontos estratégicos da cidade e a partir de então os artesãos poderiam explorar o local (Fig. 31). Os locais de parada escolhidos foram: a ponte do Rio Araçuaí, mercado municipal, monumento da arara, mirante, Praça Santa Teresa, Praça do Coreto, antigo prédio da prefeitura, centro antigo e a rua de baixo. A escolha destes locais se deu através de conversas entre a pesquisadora e a coordenadora da cooperativa.

³¹ Aplicativo para celular de compartilhamento de mensagens instantâneas e ligações em modo online.

Figura 31: Artesãos sobre a ponte do Rio Araçuaí e o grupo reunido na cooperativa.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

A expedição durou cerca de duas horas e meia e foi coletado ao todo mais de 400 imagens da cidade. Os artesãos fotografaram as belezas naturais como o rio, animais, vegetação, flores, paisagens e chapadas; pessoas em seus locais de trabalho como o carroceiro, vendedor do fumo e o feirante; casarões, casebres e igrejas; comidas e bebidas típicas; monumentos diversos, artesanato local e objetos do cotidiano (Fig. 32).

Figura 32: Fotos tiradas pelos artesãos.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Após a expedição fotográfica retornamos para a sede da cooperativa e foram descarregadas todas as fotos de cada um dos artesãos no computador. A partir de então foram impressas as fotos que não se repetiam as referências para montar um painel no qual eles deveriam agrupar as fotos de acordo com semelhanças e dar um nome para cada grupo para posteriormente servir de inspiração e referência para o desenvolvimento dos novos produtos (fig. 33).

Os artesãos demonstraram-se bastante entusiasmados durante toda a expedição e a atividade. Eles se manifestaram satisfeitos com a expedição, pois muitos tinham anos que não passavam pelos locais escolhidos para a expedição e puderam olhar com outros olhos para os locais, objetos, pessoas e costumes que são comuns e muitas vezes passam despercebidos. Durante a construção dos painéis houve bastante envolvimento com a atividade, todos queriam ver as fotos impressas e ficaram admirados com a qualidade fotográfica das fotos.

Figura 33: Painéis de referência com fotos tiradas durante a expedição fotográfica.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Neste encontro também foi decidido entre os artesãos e a pesquisadora que os novos produtos seriam inspirados na própria cultura e identidade da cidade, seja nos formatos ou nas histórias presentes. E que os painéis criados com as fotografias seriam utilizados como fontes de inspiração para o desenvolvimento dos novos produtos. Eles foram pregados nas paredes da sala do encontro e permaneceram até a finalização de todas as oficinas.

4.6.6 Criatividade

A aula de criatividade foi elaborada por uma das voluntárias da pesquisa e apresentada pela responsável da mesma. Este encontro iniciou-se discutindo o que seria criatividade. Os artesãos se manifestaram dizendo que a palavra estava associada a invenção, inovação e a criar algo diferente. A partir de então a pesquisadora trouxe a definição da palavra segundo o dicionário Aurélio que define a palavra como “1.qualidade ou característica de quem ou do que é criativo. 2. inventividade, inteligência e talento, natos ou adquiridos, para criar, inventar, inovar, quer no campo artístico, quer no científico, esportivo etc.” Em seguida foi questionado aos artesãos, se eles acreditavam que a criatividade era algo nato, um talento que nasce com a pessoa. Eles não souberam ao certo responder a esta pergunta. A partir de então apresentei a visão de Thomas Edson sobre a criatividade. O inventor acredita que a criatividade seja como uma musculatura humana, desenvolve-se a medida em que é estimulada, considerando portanto que qualquer um tem a capacidade de ser criativo em qualquer campo do conhecimento.

Durante o encontro também foi discutido que nem sempre a criação de um produto significa criar algo totalmente novo, conforme mostra a figura 34. Foi explicado que alguns projetos partem de produtos que já existem e propõem novas formas, funções e usos que podem transformá-lo em um produto mais útil ou mais interessante para o consumidor. Com isso a pesquisadora mostrou diversos exemplos de produtos que passaram por este processo, como por exemplo o telefone fixo e o celular e apresentou alguns métodos de criação que dividem o processo criativo em etapas para facilitar e orientar a criação de produtos. São eles: percepção, reflexão, preparação, *brainstorming* e verificação. Cada uma das etapas foi explicada e apresentada com inúmeros exemplos.

Figura 34: Apresentação pela pesquisadora sobre o tema criatividade.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Após o intervalo os artesãos retornaram para a sala e foi proposto uma atividade chamada *Desafio do Marshmallon*. Esta atividade foi criada por Tom Wujeck, designer da Autodesk e já foi aplicada em cerca de 70 países. O objetivo desta atividade consiste em encorajar o time a experienciar lições simples mas profundas em planejamento, inovação e criatividade. Os artesãos tinham como missão criar a torre mais alta possível utilizando-se apenas de 20 macarrões crus, fita crepe e barbante (Fig. 35). No topo da torre ainda deveria ter um *marshmallon* inteiro. Os participantes foram divididos em 2 grupos, todas as regras foram lidas e foi disponibilizado 3 minutos para a fase de planejamento (foi disponibilizado lápis e papel) e 18 minutos para a fase de execução. Os artesãos finalizaram a fase de planejamento em 1 minuto e meio e esboçaram apenas um único desenho do que seria a torre. A partir de então eles iniciaram a construção da torre. Após a finalização do tempo os dois grupos conseguiram criar as torres e as mesmas foram medidas (53 cm e 48 cm).

Após o exercício houve um momento de reflexão sobre a atividade. Foi pedido primeiramente para que os artesãos analisassem se o que foi planejado antes de iniciar a atividade foi realmente o que eles executaram, em seguida, foi perguntado o que tinha dado certo e o que tinha dado errado. Os próprios artesãos perceberam que o que foi planejado não foi o executado e que foi dedicado pouco tempo para a fase de planejamento. A partir de então foi explicado a eles a importância da etapa de planejamento, o cuidado que deve-se ter em pensar, analisar, realizar um *brainstorming* na procura pela melhor alternativa possível para o desenvolvimento de um produto ou de uma solução.

Apresentou-se exemplos desta mesma atividade quando é aplicada em crianças do jardim de infância, onde elas conseguem fazer torres mais altas do que qualquer outro grupo de pessoas e passamos a refletir o porquê crianças tiveram mais sucesso durante a construção do que eles. Foi apresentado pela pesquisadora que as crianças têm a mente mais aberta, criativa e sem bloqueios, por isso desenvolvem esta atividade mais facilmente. Além disso, as crianças iniciam a etapa de execução pelo *marshmallon* testando a todo momento se o caminho escolhido iria dar certo ou não, ficando claro a importância da prototipagem, de realizar teste antes de partir para a construção do produto final.

Figura 35: Artesãos durante atividade do Desafio do *Marshmallon*.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Após a atividade iniciamos os primeiros esboços dos novos produtos a serem desenvolvidos a partir de inspirações dos painéis de referência que foram confeccionados no último encontro. Como atividade para casa foi proposto que cada

artesão trouxesse 30 esboços de geração de alternativas dos novos produtos para o encontro do dia previsto para assistir o documentário Lixo Extraordinário.

4.6.7 Sustentabilidade

Para o encontro de sustentabilidade a professora de Escola de Design – UEMG, Nadja Maria Mourão foi convidada para apresentar sobre o assunto. Ela iniciou a palestra falando sobre o que seria a sustentabilidade e sua importância, além de apresentar um esquema gráfico contendo o “Tripé” da sustentabilidade para melhor compreensão. Em seguida falou-se sobre o desenvolvimento sustentável, bem como assuntos que permeiam esta área como: Relatório de Brundtland³², Rio 92/ Eco 92, Agenda 21³³ e os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio³⁴ (ODM).

A partir de então foi apresentado o conceito de alfabetização ecológica e qual seria o compromisso do design com a sustentabilidade conforme mostra na figura 36. O design é apresentado como “...um elemento essencial, produtivo, fomentador da criatividade, enriquecedor e relevante nas tomadas de decisões em todo e qualquer momento da vida humana.” Ou seja, ele pode e deve ser utilizado como ferramenta para promoção do desenvolvimento sustentável dentro da nossa sociedade ou de uma empresa.

³² Conhecido também como relatório “Nosso Futuro Comum” criado pela médica Gro Harlem Brundtland. O documento trazia dados sobre o aquecimento global e a destruição da camada de ozônio, temática que naquela época eram bastante novas, além de metas a serem seguidas por países de todo o mundo em busca do equilíbrio climático e redução da degradação ambiental. Segue abaixo um trecho do relatório: “Muitos de nós vivemos além dos recursos ecológicos, por exemplo, em nossos padrões de consumo de energia. No mínimo, o desenvolvimento sustentável não deve pôr em risco os sistemas naturais que sustentam a vida na Terra: a atmosfera, as águas, os solos e os seres vivos. Na sua essência, o desenvolvimento sustentável é um processo de mudança no qual a exploração dos recursos, o direcionamento dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional estão em harmonia e reforçam o atual e futuro potencial para satisfazer as aspirações e necessidades humanas.” Disponível em: <https://www.pensamentoverde.com.br/sustentabilidade/nosso-futuro-em-comum-conheca-o-relatorio-de-brundtland/>.

³³ A “Agenda 21” é definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica. O documento é resultado de uma consulta à população brasileira, sendo construída a partir das diretrizes da Agenda 21 global. Trata-se, de um instrumento em prol da construção da democracia participativa e da cidadania ativa no país. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21>.

³⁴ Consiste em uma série de prioridades coletivas para paz e segurança, luta contra a pobreza, meio ambiente e direitos humanos. São medidas imprescindíveis para o progresso da humanidade, bem como para a sobrevivência imediata de parte importante dos seres humanos. Disponível em: https://www.unicef.org/brazil/pt/resources_9540.html.

Figura 36: Encontro com a palestrante e discussão entre o grupo.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Na sequência foi exposto através de slides uma série de empresas de design ou que apresentam o design como ponto de destaque dentro da empresa, bem como seus produtos. A palestrante procurou trazer empresas que trabalham com a mesma matéria-prima ou similares que os artesãos presentes para provar que é possível e viável trabalhar com os materiais (madeira e terra) de forma sustentável nos âmbitos econômico, social e ambiental. Além disso foi apresentada a ferramenta “pegada Ecológica” ou *Ecological Footprint* (EF), proposta por Wackernagel e Rees (1996), que representa o espaço ecológico necessário para sustentar um determinado sistema ou unidade. A ideia proposta é de que todo indivíduo ou região, ao desenvolver seus diferentes processos, têm um impacto sobre a Terra, através dos recursos usados e dos desperdícios gerados. Foi exibido um gráfico com o tamanho da “pegada” por hectare global de acordo com o número da população de cada região do planeta. A América do Norte lidera como a região que apresenta a maior pegada com uma população de 326 milhões. Já o continente Africano tem a menor “pegada” com uma população duas vezes maior que a americana, 847 milhões.

Foi questionado o porquê deste panorama aos artesãos e eles disseram frases do tipo: “*quando as pessoas têm muito, elas não dão valor as pequenas coisas, elas acabam consumindo muito*”, “*porquê na África os recursos são poucos e eles se viram com o que tem*”, “*porquê a África é mais pobre e eles não tem dinheiro pra gastar*”. Como exercício para casa foi passado para os artesãos uma série de

perguntas e pontuações para cada uma das respostas as perguntas com intuito de que eles pudessem calcular o tamanho de sua “pegada ecológica” e refletir sobre o impacto que cada um causa diariamente no planeta.

Ao final da palestra os artesãos tiveram um momento de fala junto a palestrante para dizer o que acharam sobre o assunto apresentado. Alguns disseram que desconheciam o tripé da sustentabilidade, conhecendo apenas o viés ecológico. Outros disseram que foi extremamente positivo para o trabalho e para a vida deles este encontro, pois muitas vezes esquecemos de realizar ações mais sustentáveis por menores que elas sejam. Todos se manifestaram de forma positiva sobre o encontro.

4.6.8 Documentário Lixo Extraordinário

Como forma de complementar os conhecimentos dos artesãos e mostrar que muitas vezes os resíduos que descartamos podem ser transformados em produtos ou até mesmo arte, foi proposto uma sessão comentada sobre o documentário “Lixo Extraordinário”. O documentário relata o trabalho do artista plástico Vik Muniz que teve duração de dois anos no maior aterro sanitário do mundo, em Jardim Gramacho, município de Duque de Caxias, Rio de Janeiro.

O artista transforma os objetos dispensados naquele ambiente em obras de arte prestigiadas em casas de leilões e galerias internacionais. O documentário também registra todo o processo criativo e de pesquisa do projeto bem como a participação com os catadores de resíduos sólidos que trabalhavam no local (Fig. 37). A proposta inicial do artista era produzir retratos de catadores que trabalham no aterro, mas o trabalho ganhou outra dimensão devido à maneira profunda e sensível com que Vik Muniz se relaciona com seus retratados³⁵.

³⁵

<https://portalresiduossolidos.com/documentario-lixo-extraordinario/>.

Figura 37: Trabalho do artista Vik Muniz em Jardim Gramacho.



Fonte: Obvius, 2018.

Após assistirem ao filme pedi para que cada um falasse um pouco sobre o que tinha achado do documentário. Um artesão disse que o documentário deu um choque de realidade, pois ele nunca imaginou que catadores viviam aquela realidade e nem que existia um aterro sanitário tão grande quanto Jardim Gramacho, outro disse que teve uma frase do documentário que gostou muito: “99 não são 100”, o que mostra a importância e a diferença que apenas um pode fazer. Pedi para que pensassem sobre esta frase dentro da cooperativa, a diferença e a importância que cada um deles tem lá dentro e como todos eles juntos podem somar para que o negócio tome proporções ainda maiores.

Discutiu-se sobre o processo criativo e de pesquisa do artista: as etapas, a busca por informações e importância da imersão na realidade que se deseja retratar; a visão que o artista tinha sobre as pessoas e o próprio local antes de iniciar o trabalho, e a visão que ele adquiriu durante e após o desenvolvimento do mesmo; e como tudo isso poderia contribuir para o próprio trabalho deles dentro da cooperativa.

Após a sessão comentada todos os artesãos se reuniram para discutir sobre os novos produtos que iriam produzir, apresentando sua geração de alternativas que fora proposto como atividade para casa durante o encontro de criatividade (Fig. 38). Muitos artesãos relataram a dificuldade em ter ideias, alguns disseram que não conseguiram criar algo novo e outros artesãos não realizaram a tarefa proposta. Foi explicado que realmente não é fácil criar algo novo, ter ideias novas e que esta dificuldade é realmente muito comum, principalmente quando se têm o hábito de copiar produtos.

Mais uma vez foi debatido sobre a relevância desta etapa (geração de alternativas) no processo de desenvolvimento de produto, a importância da diferenciação do produto em um mercado tão competitivo e por que tudo isso traz valor aos produtos. Como forma de reforçar e reafirmar as informações que foram ditas, a pesquisadora, havia preparado com antecedência alguns slides com imagens de diferentes gerações de alternativas onde é possível observar a evolução da ideia inicial até a formulação final do produto. E como a geração de alternativa foi importante para o desenvolvimento de um produto mais bem acabado esteticamente e ergonomicamente.

Figura 38: Artesãos discutindo sobre os esboços da geração de alternativas.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Os artesãos utilizaram o restante do tempo destinado ao encontro para pensar, desenhar e criar de forma conjunta esboços dos novos produtos. Eles compartilharam ideias, decidiram o que cada um gostaria de criar e se ajudaram com os desenhos.

Este momento foi extremamente importante para todos os artesãos e para o andamento do trabalho, pois muitos se encontravam frustrados por não conseguirem desenvolver a geração de alternativas, por não saberem desenhar e com todos propondo ideias e se ajudando o trabalho fluiu de maneira mais fácil e todos conseguiram sair com esboços ou pequenas gerações de alternativas para os novos produtos. Como tarefa para casa ficou decidido que no próximo encontro eles deveriam trazer o desenho final dos produtos que gostariam de desenvolver.

4.6.9 Inovação para produtos típicos

Para o encontro de Inovação para produtos típicos a professora do Programa de Pós graduação em design PPGD – UEMG e também orientadora desta pesquisa, Rita de Castro Engler foi convidada para presidir o encontro. Ela iniciou sua apresentação explicando sobre o que seria inovação e apresentando o conceito da Lei da Inovação³⁶, criado em 2004 que a define como “introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo e social que resulte em novos produtos, serviços ou processos ou que compreenda a agregação de novas funcionalidades ou características a produto, serviço ou processo já existente...”. Foi ainda exposto os conceitos presentes no Manual de Oslo e na publicação *Harvard Business Review* – HBR.

A partir de então a palestrante explicou os diferentes tipos de inovações que temos: inovação radical, incremental e social, trazendo exemplos para cada uma delas e dando enfoque maior as inovações sociais conforme mostra nas fotos abaixo (Fig. 39). Na sequência apresentou-se uma série de tecnologias sociais que deram certo e que são conhecidas em todo o homem, como por exemplo a lâmpada natural feita de garrafas PET e o revestimento térmico feito de Tetra Pak.

³⁶ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.973.htm.

Com intuito de trazer exemplos ainda mais semelhantes com a cooperativa, a palestrante trouxe o trabalho da Zoto Design, empresa que nasceu a partir da pesquisa de mestrado da aluna egressa do PPGD – UEMG, Ana Carolina Godinho de Lacerda. A empresa reutiliza pallets descartados para a fabricação de móveis e pequenos objetos de madeira, oferecendo produtos diferenciados e com uma identidade própria do negócio. Diversas imagens de produtos que são produzidos pela Zoto Design foram apresentadas e vários artesãos disseram gostar dos produtos e saberem fazer com o maquinário disponível.

Figura 39: Palestrante falando para a turma sobre o tema inovação.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Após o intervalo os alunos retornaram a sala para a aplicação da atividade “Modelo de negócio pessoal” (anexo ...) proposto pela palestrante. O objetivo desta atividade era de que os artesãos pudessem traçar e enxergar caminhos para atingir seus objetivos tanto pessoais quanto profissionais, analisando seu perfil e suas conexões. Cada item que compunha o quadro da atividade (proposta de valor, atividades – chave, canais, recursos principais, estrutura de custos, etc) foi explicado e

posteriormente apresentado perguntas que eles deveriam fazer para si mesmos com intuito de responder aos quadros.

A atividade foi realizada de forma individual, como mostra nas imagens abaixo (Fig. 40) com interação entre os artesãos e a pesquisadora para esclarecimento de dúvidas quanto ao exercício ou alguma dificuldade pessoal. Foi dado o tempo de 45 minutos para a conclusão desta atividade.

Figura 40: Artesãos realizando o exercício do Modelo de Negócio Pessoal.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Após o exercício os alunos trocaram as folhas do “Modelo de Negócio Pessoal” entre si e cada um “apresentou” o outro através das informações preenchidas como se fosse ele mesmo. Esta atividade de troca foi bastante divertida e serviu para que o grupo se entrosasse ainda mais. Durante as apresentações a palestrante fez diversos questionamentos e análises para que os próprios artesãos pudessem pensar sobre o seu próprio modelo propondo caminhos e novas ligações tanto para a vida pessoal como também para a profissional.

Após a atividade os artesãos apresentaram a proposta final de produtos que iriam desenvolver após a finalização das oficinas. Alguns artesãos apresentaram apenas o desenho com algumas medidas e outros fizeram o modelo do produto em papel (*mock up*) de forma simplificada.

4.6.10 Marketing e sua importância para o sucesso de um produto

Para o encontro sobre “marketing e sua importância para o sucesso de um produto” foi convidada a mestre Thais Falabella para realizar a apresentação sobre o tema. Ela iniciou sua fala perguntando o que os artesãos entendiam por marketing, conforme mostra a figura 41. Um falou que seria propaganda, outro falou que estaria relacionado com a venda do produto e um outro artesão disse que seria a parte da empresa responsável pela divulgação. A palestrante disse que tudo o que eles falaram era parte do marketing, mas que este campo do conhecimento é ainda mais abrangente, pois está relacionado em identificar necessidades e desejos ainda não realizados, o marketing ainda pode definir, medir e quantificar o tamanho do mercado e o potencial de lucro de uma empresa e converter processos em negociações, aquisição de produtos e venda. Ela ainda acrescentou que o marketing hoje em dia está mais preocupado em criar relacionamento entre empresa – cliente do que apenas vender um produto.

Figura 41: Apresentação sobre marketing com convidada.



Fonte: acervo da pesquisa 2018.

Na sequência apresentou-se um gráfico explicativo da evolução da cadeia de valor, a importância do diferencial competitivo e da segmentação para um negócio, e que o meu posicionamento dentro do mercado se dá através destas duas definições (segmentação + diferencial competitivo). Também foram expostos os 4P's do

marketing: preço, praça, produto e promoção, apresentando de que forma cada um está relacionado com as diferentes áreas dentro da empresa e que eles não interessam apenas ao ponto de venda mas sim, a empresa como um todo. Falou-se sobre o ciclo de vida do produto, da velocidade de mudança, mídias sociais, comportamento do consumidor, dentre outros assuntos que permeiam o campo do marketing.

Após o intervalo os artesãos retornaram para sala para realizarem um exercício, prático em conjunto. Cada um dos artesãos recebeu uma folha em branco e lápis no qual eles deveriam escrever em 3 minutos o maior número de ações de marketing para a Cooperativa Dedo de Gente. A palestrante deixou claro que não poderia haver julgamento de ideias, mesmo elas sendo impossíveis ou não; eles deveriam escrever todas as ideias que surgissem na mente. Após o tempo, cada artesão leu suas ideias que conseqüentemente eram parecidas ou complementares com as ideias de outros artesãos.

A partir de então, passou-se para a construção de um plano de ação de marketing a partir das ideias consideradas por eles como as mais interessantes para o negócio, conforme mostra a figura abaixo (Fig. 42). Alguns das ideias que surgiram no plano da marketing foram: uso das redes sociais mais interativas, como lives, sorteios, teste de produto, processo de produção, receitas com quitandeiras regionais; mudança da fachada da loja, com intuito de se obter maior visibilidade e permitir que as compras sejam divididas em maior número de parcelas.

Para a finalização deste encontro, houve a criação de um calendário de ações de marketing com datas comemorativas da região e datas nacionais com ações que eles consideravam viáveis para o negócio. Esta etapa foi de extrema importância para os artesãos pois eles conseguiram enxergar possibilidades que são realmente factíveis dentro de sua realidade.

Figura 42: Construção do plano de ação de marketing.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Como comemoração pelo encerramento das oficinas foi realizado um café após o encontro como forma de confraternização. Durante o café os artesãos puderam conversar com a pesquisadora e alguns deles se disseram satisfeitos com as oficinas, que aprenderam bastante e que os temas apresentados agregaram positivamente para os trabalhos artesanais.

4.7 Produtos desenvolvidos após as oficinas

Como forma de conclusão das oficinas os artesãos desenvolveram uma linha de produtos baseado nas características da comunidade de Araçuaí. Os artesãos optaram por misturar os conhecimentos das duas fabriquetas para criarem produtos coletivos. Durante o processo produtivo, houveram algumas modificações em alguns produtos (medidas, o não uso de tintas da terra em alguns produtos) e o abandono de algumas ideias, devido a insatisfação com o resultado. Abaixo algumas das peças desenvolvidas.

O porta cachaça Kiau (Fig. 43), bebida típica da região e segundo o artesão que o produziu: *“não poderia deixar de ser homenageada”*. Essa bebida está presente na vida de todo kiauzeiro³⁷ e muitas histórias são vivenciadas por meio dela. O produto foi feito em madeira e utilizou-se a corda como alça.

Figura 43: Porta Cachaça Kiau.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

³⁷ Kiauzeiro é uma maneira carinhosa de chamar as pessoas que são da cidade de Araçuaí. Essa nomenclatura teve origem dos primeiros nomes da cidade: Calhau.

Na figura 44 temos a bandeja da ponte, inspirada nas formas do guarda corpo da ponte da cidade de Araçuaí. Sua forma foi fotografada pelos artesãos durante a expedição fotográfica e virou inspiração para a bandeja.

Figura 44: Bandeja da ponte.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

As bandejas Jequitinhonha e Araçuaí foram desenvolvidas com o intuito de aproveitar ao máximo as tábuas de madeiras que são recebidas por eles. Junto das tábuas também chegam disco de madeiras, que muitas vezes não eram utilizados devido ao pequeno diâmetro. Optou-se por deixar a peça o mais rústico possível acrescentando apenas as alças laterais (Fig. 45).

Já a bandeja Jequitinhonha foi desenvolvida para aproveitar uma tábua de madeira com boa espessura, mas que havia uma grande rachadura no meio dela. Por isso a pega desta tábua ficou deslocada para o lado e apresenta uma curvatura diferenciada (Fig. 46).

Figura 45: Bandeja Araçuaí.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Figura 46: Bandeja Jequitinhonha.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Com o intuito de experienciar novos formatos na madeira e perceber o grau de resistência da mesma, o artesão que desenvolveu a peça abaixo procurou trabalhá-la em formatos curvos, que segundo o próprio artesão jamais fora trabalhado por ele (Fig. 47). De acordo com as palavras do próprio artesão: *“Eu queria aproveitar essa oportunidade pra testar o material, neh!? a gente tá trabalhando tem pouco tempo com essa madeira eu queria ver se ela aguentava, se era boa pra fazer forma diferente.”*

Figura 47: Porta toalha em madeira.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Passando para produtos decorativos, os artesãos procuraram utilizar das duas técnicas (madeira e tintas de terra) para criarem os seguintes produtos. Os passarinhos na janela (Fig. 48) foram inspirados nas inúmeras espécies de passarinhos que existe na região. As pinturas ficaram a cargo da imaginação do artesão que optou por misturas de cores e formas lúdicas. Na figura 49 é possível ver de forma mais detalhada as pinturas. Já o quadro “Vida simples” (Fig. 50) retrata cenas da vida simples e modesta que são comuns na região rural da comunidade de Araçuaí e a figura do canoeiro que teve grande importância para o surgimento da cidade.

Figura 48: Passarinhos na janela.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Figura 49: Passarinhos na janela em detalhe.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Na sequência das peças decorativas, os artesãos desenvolveram pequenos quadros feitos em madeira e pintados com tintas de terra. Os desenhos pintados retratam diferentes cenas que fizeram ou fazem parte da história da cidade, como por exemplo: o trem que cortava a cidade e passava por belas paisagens até o Espírito Santo, a xícara de “cafezin” que faz parte do cotidiano de todo Araçuaense e que não pode ser recusado, as flores da região e os pássaros.

Figura 50: Quadros de madeira pintados.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

O porta planta Flores do Cerrado foi desenvolvido baseado no formato de bancos da Praça Santa Tereza da cidade (Fig. 51). A flor pintada de forma decorativa na peça foi inspirada na Canela-de-ema, flor típica do Cerrado. O porta planta pode ser colocado no para-peito de janelas, no chão ou ser pendurado em paredes pela abertura feita na parte superior da peça. Desenvolveu-se também a mesma peça com a figura do passarinho já utilizada em outros produtos (Fig. 52).

Figura 51: Porta planta Flores do Cerrado.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Figura 52: Porta Planta passarinho



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Outro produto desenvolvido pelos artesãos foi o cabideiro de parede de cavalos (Fig. 53). A partir da observação dos próprios artesãos de que produtos com a figura deste animal apresentavam boa saída, o artesão procurou desenvolver peças com a figura do cavalo que poderiam ser complementares ou estarem presentes em um mesmo ambiente. Segundo o próprio artesão: “...é pra pessoa gostar de uma peça e acabar levando a outra para combinar na sala ou no quarto. Ai acaba que vende mais.” A outra peça desenvolvida com a figura do cavalo foi um porta vinho de parede, com a possibilidade de pendurar duas taças de cabeça para baixo (Fig. 54).

Figura 53: Cabideiro cavalos.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Figura 54: Porta vinho cavalo.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Com a intenção de aproveitar pequenos pedaços de madeira que seriam descartados, um dos artesãos utilizou-os para desenvolver pequenos porta velas (Fig. 55 e Fig. 56). Conforme palavras do artesão: *“as vezes a gente não fica querendo fazer peças pequenas de madeira porque da pouco dinheiro pra gente néh, já que é mais simples. Mas as vezes a gente acaba jogando fora um pedaço de madeira que dá pra usar, que dá pra fazer coisas néh?! E o encontro que a gente teve com aquela professora que falou sobre sustentabilidade me fez pensar muito sobre isso”*.

Figura 55: Porta velas



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Figura 56: Porta velas modelo 02.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018

E por último, a coleção de marcar páginas desenvolvido em papel cartão reciclado com pinturas feitas com tintas de terra, conforme mostra na figura 57. Os desenhos retratam cotidianos da cidade e da vida do nordestino mineiro, como por exemplo: os passarinhos, praças e igrejas da cidade, flores da região, o trabalho na roça, festas religiosas típicas da cidade, entre outros temas.

Todos os marca páginas seguiram o mesmo estilo de pintura, estilo e uso de cores com intuito de se criar uma coleção, a qual cada cartão pudesse contar um pouco da história da cidade. Na figura 58 é possível visualizar em maiores detalhes os desenhos desenvolvidos.

Figura 57: Marca páginas



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

Figura 58: Marca página em detalhes.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

4.8 Exposição dos produtos

Como caminho para divulgação das atividades e produtos desenvolvidos durante a presente pesquisa, bem como divulgação da Cooperativa Dedo de Gente na cidade, optou-se em fazer uma exposição junto ao evento de lançamento da coleção de natal (Fig. 59). O evento foi realizado durante o período noturno das 18:30 as 23:00 do dia 07 de dezembro de 2018, com degustação dos produtos alimentícios comercializados na loja (geléias, compotas, cachaças e picles) e música ao vivo na voz de um artista da cidade.

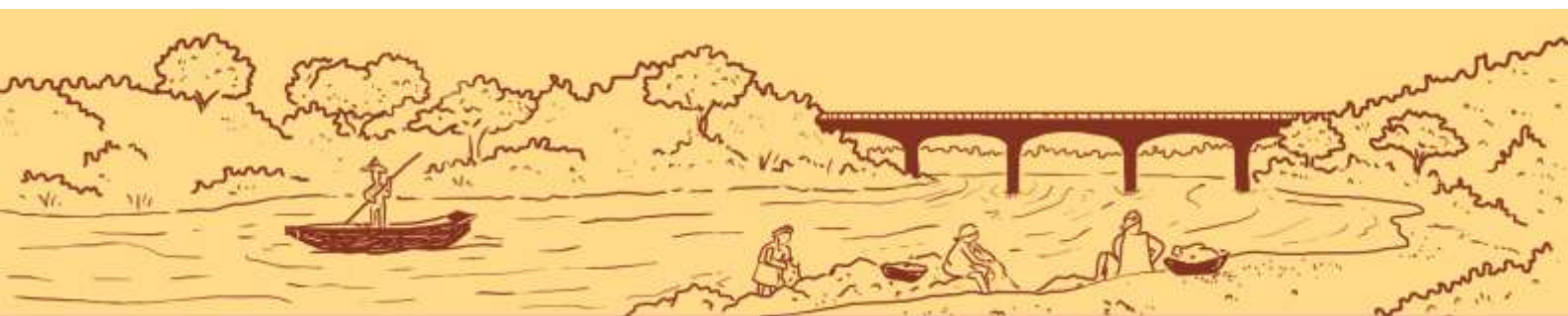
Para divulgação do evento utilizou-se postagens nas redes sociais da cooperativa e ligações telefônicas para as pessoas cadastradas no sistema de cadastro da loja Dedo de Gente. Foi realizada também a divulgação através de uma rádio da cidade.

Figura 59: Exposição dos produtos desenvolvidos após as oficinas.



Fonte: acervo da pesquisa, 2018.

A exposição dos produtos foi realizada na galeria lateral ao lado da loja, onde ficam expostas as peças de artesanatos feitos por artista da cidade. O evento possibilitou que outras pessoas da cidade pudessem conhecer o trabalho desenvolvido por esta pesquisa e encomendarem alguns dos produtos.



*“ Buscai primeiro o reino de Deus, e a sua justiça
e todas estas coisas vos serão acrescentadas”.*

Matheus 6:33

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Abaixo serão apresentadas as análises feitas com relação ao referencial teórico, as oficinas de design e artesanato e do caderno digital de produtos. A aferição dos resultados de cada uma das fases, torna-se etapa de suma importância para reconhecimentos dos erros e acertos, sendo registrados para uma próxima aplicação das oficinas de forma mais eficaz.

5.1 Do referencial teórico

O referencial teórico propiciou embasamento necessário para a condução deste estudo de caso. O primeiro tema, abordou questões a respeito do design e sua trajetória até o design social, permite refletir sobre os caminhos que o design precisou traçar até atingir sua formulação atual, principalmente focado em solucionar problema reais da sociedade, que é a questão desta pesquisa.

No segundo tema abordado no referencial: o artesanato, buscou-se compreender a importância que este campo tem para o nosso país, economicamente, culturalmente e socialmente, suas especificações e outros atributos. Estes dados serviram de alicerce para a compreensão do trabalho desenvolvido pela Cooperativa Dedo de Gente e entendimento de toda dinâmica deste campo. Além disso, diversos dos problemas que o artesanato enfrenta atualmente e que foram descritos no referencial teórico, coincidiram com aqueles vivenciados pelo estudo de caso desta pesquisa.

Ao compreender o processo evolutivo do design, as formas de atuação e sua relação com outros campos do conhecimento, foi possível confirmar que o design tem a possibilidade de transitar por diferentes campos de conhecimento, fazendo conexões necessárias na busca de propor soluções aos mais diversos problemas da sociedade atual, como por exemplo: no artesanato. E é esta a questão que fomentou o início da pesquisa: Como a atuação do design junto ao artesanato pode favorecer o desenvolvimento de produtos com valor mercadológico, possibilitando assim maior geração de renda para as fabriquetas ‘Arte em madeira’ e ‘Tintas da Terra’ da cidade de Araçuaí?.

A compreensão dos diversos autores com relação à atuação do designer junto ao artesanato serviu de base para que a atuação da pesquisadora junto aos artesãos fosse baseada no respeito, valorização dos saberes e da cultural local, atividades colaborativas, elevação da autoestima dos artesãos e na não imposição de mudanças. Estes aspectos foram fundamentais para que o trabalho entre designer e artesão fluísse da melhor maneira possível com o intuito de atingir os objetivos desta pesquisa.

O tema sustentabilidade fez com que toda a cadeia de *outputs* e *inputs* pudesse ser compreendida e levar esta reflexão aos artesãos para aplicação em seus processos. A compreensão de sustentabilidade além da questão social, passando pela econômica e social trouxe aos artesãos novos conhecimentos até então inexplorados. Sabe-se que hoje tornou-se praticamente impossível falar de desenvolvimento de produto sem falar sobre a sustentabilidade. A junção do design e da sustentabilidade de forma estratégica se faz necessária, principalmente para o campo do artesanato, através da implantação do Ciclo de Vida de Produto proposto por Manzini e Vezzoli.

5.2 Das oficinas de design e artesanato

As oficinas de design e artesanato realizadas principalmente com objetivo de aprimoramento dos produtos através da inserção de novos conceitos e temáticas, obtiveram resultados positivos nas fabriquetas “Tintas de Terra” e “Arte em madeira”. Isso pode ser observado através de comparativos dos produtos que eram produzidos antes e os que são produzidos agora. Destaca-se a disponibilidade dos artesãos, que mantiveram a assiduidade e participação nas oficinas, na expectativa de adquirirem novos conhecimentos, aumentarem sua fonte de renda e reabrirem a fabriqueta “Tintas de Terra” que encontrava-se fechada nos primeiros contatos da pesquisadora com a cooperativa. Foi perceptível a aspiração dos artesãos em aprimorarem suas técnicas, possibilidades e conhecimentos.

A oficina de análise do cliente teve suma importância para que os artesãos compreendessem o perfil de cliente da cooperativa e poderem ofertar produtos que atendam a demanda deste público. Como colocado por uma artesã no formulário de encerramento das oficinas: *“o exercício que mais gostei foi do nosso cliente, porque o grupo trabalha com a mesma proposta, para o mesmo fim”*. Os artesãos conseguiram por meio dos dados e ferramentas criar o perfil do cliente da cooperativa

As oficinas de cultura material e imaterial, expedição fotográfica sensibilizou os artesãos para a observação do ambiente, sua cultura e tradições. Percebeu-se que alguns artesãos haviam perdido a sensibilidade de olhar para o próprio território e a

partir dele buscar inspiração para suas criações, ocasionando muitas vezes em cópias de produtos que viam na internet e conseqüentemente na perda da identidade local. As duas oficinas citadas acima puderam reforçar a importância, o valor e a diferenciação que um produto que tem raízes locais pode ter. Vários dos produtos desenvolvidos após as oficinas refletiam aspectos da cidade, sua cultura e identidade, tornando-os únicos. Durante todo o processo projetual, a utilização dos recursos territoriais foi uma das bases para tornar a iniciativa sustentável e possibilitar a diferenciação do produto e conseqüentemente o aumento na geração de renda.

Na questão da sustentabilidade, o encontro que leva o mesmo nome e a sessão do documentário “Lixo Extraordinário” os fizeram pensar com relação ao grande volume de pequenos pedaços de madeira que eram descartados e estavam acumulando-se no quintal da cooperativa. Os artesãos já desempenhavam ações de sustentabilidade, como por exemplo o envio da serragem para outro projeto social da cidade. Mas ainda não estava claro para eles quais outros caminhos aqueles pedaços de madeira poderiam ter e da importância deste tipo de ação para a sociedade como um todo.

O encontro de inovação representou um momento de extrema valia aos artesãos. Eles puderam compreender que a inovação não é algo que está distante da realidade deles, como muitos acreditavam. Os exemplos apresentados pela palestrante (principalmente aqueles que estão diretamente ligados ao campo de conhecimento dos artesãos) plantaram as “sementinhas” de que eles também podem inovar e oferecer produtos diferenciados a seus clientes.

Ainda é possível observar uma grande resistência e inibição por parte dos artesãos em desenvolverem a geração de alternativa antes de escolherem a proposta final a ser desenvolvida. Sabe-se que mudanças necessitam de tempo e de constantes afirmações até serem aceitas. Acredita-se que a oficina de criatividade teve papel importante na implantação da ideia em fazer gerações de alternativas, mas ainda assim foi necessário ir mais além. No momento de apresentação das gerações de alternativas, muitos artesãos não trouxeram os desenhos e estavam desmotivados,

porém com o apoio dos colegas e da equipe conseguiram desenvolver pequenas gerações de alternativas de forma conjunta.

A exposição final dos produtos teve suma importância para os artesãos, ao reconhecer perante um evento o potencial de trabalho deles. Ter as peças expostas no mesmo lugar onde são mantidos artesanatos de vários artistas da região fez com que eles sentissem prestigiados e admirados. A exposição serviu também como um momento de confraternização após as oficinas, o que aproximou ainda mais os artesãos.

Pode-se afirmar que a adesão e o envolvimento dos artesãos durante todas as etapas do projeto refletiu de forma positiva sobre os produtos. Os artesanatos de madeira e tintas de terra, atualmente têm uma maior aceitabilidade pelo público consumidor, visto que as compras destes produtos aumentaram com o passar dos meses posteriores as oficinas, segundo informações das vendedoras e de um dos cooperados.

Há, no entanto, dificuldade com relação à distribuição dos produtos. Pela comunidade de Araçuaí estar localizada distante de grandes centros urbanos e ter uma população reduzida, mesmo que os artesãos produzam um maior volume de produtos, estes não serão absorvidos pela população da cidade de Araçuaí. Devido à dificuldade de fazer com que estes produtos cheguem a novos mercados e consequentemente um maior número de consumidores, isso impossibilita o aumento das vendas.

Em conversa com a coordenadora geral da cooperativa Dedo de Gente, Doralice Barbosa, a mesma declarou que já tentaram fazer parcerias com lojas de outras cidades, mas que não obtiveram sucesso nos produtos de madeira e tintas de terra. *“A grande maioria das lojas só demonstra interesse pelas geleias e compotas”*, disse a coordenadora. Portanto, optou-se em desenvolver um caderno de produtos digital com intuito de atingir um maior número de clientes.

5.3 Caderno de produtos digital

O caderno de produtos digital (apêndice H) foi desenvolvido com o objetivo de atingir um maior número de clientes utilizando-se de recursos já existentes dentro da Cooperativa Dedo de Gente mas que são poucos explorados atualmente.

Sabe-se que a cooperativa têm em seu cadastro de clientes cerca de 7.000 pessoas cadastradas. E atualmente não é feito nada com estes dados, além de controle interno. Além disso, como observado durante o período de pesquisa em campo e através de entrevistas, grande parte dos clientes da loja Dedo de Gente da cidade de Araçuaí são turistas, moradores de outras cidades. O caderno de produtos digital serviria como um catálogo de produtos a ser enviado via *whatsapp* mensalmente aos clientes por meio do número de telefone celular cadastrado. As vendedoras enviariam através de lista de transmissão o catálogo com os lançamentos, para que os clientes (principalmente aqueles de outras localidades) possam acompanhar as novidades e conseqüentemente adquirirem os produtos.

O caderno foi confeccionado por um dos integrantes da fabriqueta de software da cidade de Araçuaí, que também faz parte da Cooperativa Dedo de Gente, juntamente com a pesquisadora. O catálogo foi dividido entre dois grandes grupos de produtos: decorativos e utilitários. Procurou-se utilizar fotos em composições diversas mostrando os produtos em detalhes, informações quanto aos artesãos que desenvolveram o produto e os materiais utilizados.

Após alguns meses, em conversa com as vendedoras da loja Dedo de Gente da Araçuaí, as mesmas relataram que surgiram alguns interesses pelos produtos no catálogo e que no entanto, até o momento da escrita desta pesquisa não haviam concretizado vendas a partir do envio do catálogo. Todavia, alguns clientes que receberam o catálogo disseram que gostaram da ideia e alguns pediram para que sempre que for possível enviar fotos e outras informações. Este interesse por parte dos clientes confirma que o catálogo pode ser um caminho interessante para o aumento das vendas e distribuição dos produtos.



“Porque para Deus nada é impossível.”

Lucas 1:37

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa conseguiu cumprir seu objetivo principal de demonstrar como a atuação do design junto ao artesanato pode favorecer o desenvolvimento de produtos com valor mercadológico, possibilitando assim maior geração de renda para as fabriquetas de ‘Arte em madeira’ e ‘Tintas da Terra’ da cidade de Araçuaí e sua valorização cultural. Valorizando o artesão e seu território, o design pode contribuir de forma significativa para a transformação de produtos, processos e metodologias adotadas, além de transformações pessoais e profissionais.

Ao longo dos encontros foi possível investigar e compreender melhor a cultura local, e os produtos desenvolvidos ao final das oficinas refletem isso através da cultura local impressa nas peças, segundo o olhar de cada artesão e seu modo de relacionar e viver através dele. Além disso, aspectos debatidos nos encontros, por exemplo a sustentabilidade foram cruciais para a reflexão por parte dos artesãos a respeito daquilo que é produzido e como é produzido.

Observa-se que o processo desenvolvido junto aos artesãos efetivamente seguiu os preceitos relacionados por Bonsiepe (2010), Borges (2011) e Barroso (2002), adotando um caráter colaborativo, de respeito as limitações e múltiplas trocas. A pesquisadora buscou atuar de forma horizontal, se incluindo ao grupo. Nota-se que essas características foram cruciais para estabelecer um ambiente propício para o desenvolvimento de novos conhecimentos, descontraído e criativo entre os envolvidos. Além disso, foi possível notar que vários dos problemas identificados como as dificuldades do setor artesanal durante a revisão bibliográfica, coincidem com os problemas que foram encontrados durante as atividades em campo. A classificação de artesanato por categoria, função, organização e tipologia colaboraram para uma maior compreensão da cooperativa Dedo de Gente como um todo e entender em qual universo o tipo de artesanato que é produzido por estes artesãos está inserido.

A sustentabilidade ainda é um tema que apesar de ser tratado exaustivamente, há muito a ser feito. Durante os trabalhos em campo, observou-se uma grande quantidade de material sendo desperdiçado, muitas das vezes pela falta de planejamento ou pelos artesãos não enxergarem possibilidades no material descartado. Tanto o levantamento bibliográfico quanto a oficina de sustentabilidade trouxeram uma gama de possibilidades e caminhos para os artesãos, os fizeram enxergar que aquele material descartado pode tomar novos caminhos de forma criativa e inovadora.

Não menos importante, a aplicação da metodologia de design bem como suas ferramentas; a ampliação do repertório cultural e imagético dos artesãos; a elevação da auto estima e a valorização cultural através da aplicação de traços identitários nos produtos como forma de agregação de valor e diferenciação, tiveram suma

importância no decorrer do desenvolvimento desta pesquisa e para que o objetivo fosse alcançado. A participação de professores e convidados durante as oficinas trouxeram diferentes abordagens, pontos de vista e exercícios sobre os temas abordados que contribuíram para à ampliação do conhecimento.

A estruturação da pesquisa em três grandes etapas trouxe uma maior facilidade para o acompanhamento e visualização de todas as etapas a serem concluídas. Como parte da metodologia utilizou-se ainda o quadro 03 (pág. 85), no qual continham os métodos e atividades a serem realizados para a conclusão de cada objetivo específico definido na pesquisa, bem como os indicadores de que este objetivo fora concluído. Este quadro auxiliou positivamente para a organização, desenvolvimento e conclusão de cada objetivo específico, bem como de toda a pesquisa. Acredita-se que os instrumentos de coleta de dados utilizados contribuíram para a documentação, análise e ilustração e atenderam os requisitos necessários deste trabalho.

Nota-se que é preciso rever a forma de trabalho utilizada pela cooperativa Dedo de Gente. Observou-se que não há de fato uma preocupação da instituição em oferecer produtos que realmente sejam criativos e inovadores e que possam ganhar espaço de mercado. Nota-se que a maior preocupação é com o ensino e aprendizado dos jovens, assim como era nos primeiros anos de atividades da cooperativa, quando havia volumosos investimentos/financiamentos de instituições públicas e privadas. Percebe-se uma necessidade de mudança da visão da instituição, para que ela se adapte a nova realidade vivenciada, em busca de sua total autonomia financeira e crescimento.

Acrescenta-se ainda que, no contexto social, é necessária a ação de mais de uma área do conhecimento para solucionar os problemas complexos da contemporaneidade. O trabalho do design apresenta de forma clara este viés de transversalidade por outros campos, e foi importante para a solução dos problemas levantados nesta pesquisa. Espera-se que o resultado deste trabalho, possa inspirar novos designers a promoverem ações em comunidades, na busca por soluções das dificuldades promovendo a sustentabilidade econômica, social e ambiental de projetos sociais, ONG's, iniciativas ou grupos de artesãos.

Por fim, entende-se que esta pesquisa pode ter uma continuidade válida, com a aplicação dos processos de design e as metodologias aqui utilizadas com outros grupos de artesãos, principalmente de outras unidades de Cooperativa Dedo de Gente, verificando pontos de convergência e divergência na busca pela transformação social destes grupos.

REFERÊNCIAS

ABS, Cecília; VALESE, Adriana; CAMPOS, Gisela Belluzo; LUPINACCI, Ana Lúcia Ribeiro; BARBOSA, Carlos Alberto; CAMPOS, Gisela Belluzo; PRIOESTE, Marcelo; MOURA, Mônica; ARANTES, Priscila; ANTÔNIO, Jorge Luiz. **Faces do Design**. São Paulo: Rosari, 2003.

ARAÚJO, M. **Engenharia e design de produto**. Lisboa: Universidade Aberta: 1995.

ABBONIZIO, Marco; FONTOURA, Antônio Martiniano. **Reflexões sobre as intervenções de Design no artesanato sob a ótica dos círculos de cultura de Paulo Freire**. Disponível em: < <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/viewFile/63/60>> . Acesso em: 16 de Abril 2018.

ABBONIZIO, Marco. **Aproximação teórica das intervenções de design no artesanato com os princípios pedagógicos de Paulo Freire**: Caminhos para uma prática emancipatória. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2009.

AGNELLI, Roger. **Sustentabilidade e Geração de valor**: A transição para o século XXI / Org. David Zylbersztain, Clarissa Lins. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BARROS. José Márcio de. **Diversidade Cultural: os desafios para a promoção e proteção no campo do design**. Cadernos de Estudos Avançados em Design: Cultura. Org. Dijon de Moraes. Belo Horizonte: EdUEMG, 2016.

BATISTA, Eliza de Paula. **Inserção dos conceitos de design social e sustentabilidade**: uma prática em produção artesanal com resíduos de fibras sintéticas descartadas das confecções de Ubá e região. Dissertação de mestrado, PPGD – UEMG, 2014.

BARROSO, E. **O que é Artesanato?**. Curso de Artesanato, Módulo I. São Paulo: 2001b. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/7227042-O-que-e-artesanato-eduardo-barroso-neto-primeiro-modulo-curso-artesanato-modulo-1-1.html>> . Acesso: 14 de julho de 2019.

_____. **Artesanato e Mercado**. Curso Artesanato – módulo 2. Disponível em: <http://rededegestoresecosol.org.br/wp-content/uploads/2015/11/cartilha_artesanato_e_mercado_autor_joao_roberto_pinto.pdf>. Acesso em: 17 de julho de 2019.

_____. **Curso design, identidade cultural e artesanato**. Fortaleza: Sebrae/ Fiec, 2002. módulos 1e 2.

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**: Guia prático para o design de novos produtos (2ª edição). Ed. Edgard Blucher: São Paulo, 2003.

BIGNETTI, Luiz Paulo. **As inovações sociais**: uma incursão por ideias, tendência e focos de pesquisa. Unisinos, 2011. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/938/93820778002/>>. Acesso em: 27 de junho 2018.

BISTAGNINO, Luigi. **Design sistêmico**: uma abordagem interdisciplinar para a inovação. Trad. Lia Krucken. In: Cadernos de estudos avançados em design e sustentabilidade II. MORAES Dijon de; KRUCKEN, Lia (Org.). Barbacena, MG: EdUEMG, 2009. p. 13-29.

_____. **Design sistemico.** Pregetalle là sostenibilità produttiva e ambientale, Torino: Slow Food Editore, 2009.

BOLOGNINI, D. S. **Cultura Popular: em busca de nossas raízes.** Design e interiores, São Paulo, ano 2, nº 09, p.100-101, jul/ago. 1988.

BOMFIM, Gustavo Amarante. **Idéias e formas na história do design:** uma investigação estética. João Pessoa: Editora Universitária / UFPB, 1998.

BONSIEPE, Gui. **Identidade e contra-identidade do design.** Cadernos de Estudos Avançados: identidade/ organização: Dijon de Moraes, Lia Krucken, Paulo Reyes; Universidade do Estado de Minas Gerais – Barbacena: EdUEMG, 2010.

BORGES, A. **Design + artesanato:** o caminho brasileiro. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.

_____. **Designer não é Personal Trainer e outros escritos.** 2 ed. São Paulo: Edições Rosari. 2003.

BORGES, Ana Cristina Valente. **Coordenação interinstitucional para o desenvolvimento local:** um estudo em Araçuaí, Minas Gerais. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/3459>>. Acesso em 14 de Junho 2018.

_____. **Lei n. 10.973** de 2 de dezembro de 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.973.htm>. Acesso em: 27 de junho 2018.

_____. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. O Programa Brasileiro de Design (PBD). Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/competitividade-industrial/design/o-programa-brasileiro-de-design-pbd>>. Acesso em: 04 de Julho 2018.

BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos.** São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo.** São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Culturas Híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. Trad. Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 3. ed. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.

CARA, Milene. **Do desenho industrial ao design no Brasil:** uma bibliografia crítica para a disciplina. Editora Edgard Blücher, São Paulo, 2010.

CARDOSO, C.F. **O trabalho compulsório na antiguidade:** ensaio introdutório coletânea de fontes primárias. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2003, 164p.

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design.** 2 ed. São Paulo: Editora Edgar Blücher, 2004.

CAVALCANTI, Virgínia; ANDRADE, Ana Maria; SILVA, Germannya. **Design, sustentabilidade e artesanato:** reflexões e práticas metodológicas. Cadernos de Estudos Avançados em design: Sustentabilidade I. Org.: Dijon de Moraes e Lia Krucken. 2 Ed. Barbacena: EdUEMG, 2013.

CHAVES, Liliane Iten. **Design, Artefatos e sistema sustentável.** Do design de produto às inovações sociais como resposta às causas diretas e indiretas dos impactos ambientais e sociais. Org.: Amilton Arruda, Paulo Ferroli, Lisiane Librelotto. São Paulo. Blucher, 2018.

CIPOLLA, Carla. Design, **Inovação social e sustentabilidade.** Cadernos de Estudos Avançados em Design: Inovação / Org. Dijon de Moraes; Itiro Lida, Regina Álvares Dias. 1. Ed. – Belo Horizonte: EdUEMG, 2012.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS. **Livro Verde.** 2001. Disponível em: <http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/empl/20020416/doc05a_pt.pdf>. Acesso em: 04 de Julho 2018.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso Futuro Comum.** 2ª edição, Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

COSTA, Mario Bestetti. **Contribuições do design social:** como o design pode atuar para o desenvolvimento econômico de comunidades produtivas de baixo valor agregado, 2015. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/contribui%C3%A7%C3%B5es-do-design-social-mario-bestetti>>. Acesso em: 14 de Junho 2018.

COSTA, J. A.; MELO, A. S. **Dicionário de língua portuguesa.** 5. Ed. Porto: Porto Editora, 1977.

COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de. **Formas do Design:** por uma Metodologia Interdisciplinar. Rio de Janeiro: 2AB, 1999.

CROCCO, Heloísa. Artesanato e *Design*, História de uma Convergência. **Arcdesign**, São Paulo, n.13, p. 26-29, jul/ago. 2000.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma Introdução à História do Design.** São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

Design21 Social Design Network - UNESCO. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/en/culture/events/prizes-celebrations/prizes/design-21/vi-social-design-network/>>. Acesso em: 14 de Julho de 2019.

DIAS, C. **Pesquisa Qualitativa:** Características Gerais e Referências. São Paulo: 2000. Disponível em: < www.geocities.com/claudiaad/qualitativa.pdf >. Acesso em: 17 dez. 2018.

DORMER, P. **Os significados do design moderno: a caminho do século XXI.** Porto: Centro Português de Design, 1995.

DORNAS, Adriana; ALMEIDA, Marcelina das Graças de. **A influência da cultura, da arte e do artesanato brasileiro no design nacional.** Pensamentos em Design: aspectos tangíveis e intangíveis da pesquisa. Belo Horizonte. 2013.

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

ENGLER, Rita. **Inovar ou morrer:** inovação sustentável. Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e sustentabilidade II / Org. Dijon de Moraes; Lia Krucken. 2. Ed. – Belo Horizonte: EdUEMG, 2016.

ENGLER, R. ; FREITAS, A. ; KRUCKEN, L. ; CAMPOS, R. **Design Participativo: uma experiência no Vale do Jequitinhonha**. 1ª edição, Belo horizonte, Editora: EdUEMG, 2010.

ENGLER, Rita de Castro; MOURÃO, Nadja Maria; "Design, artesanato e empreendimentos criativos: caminhos para sustentabilidade", p. 307 -324. In: OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de; FRANZATO, Carlo; GAUDIO, Chiara Del. **Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil**. São Paulo: Blucher, 2017.

FAVARETTO, Celso. **Tropicália**: alegoria, alegria. São Paulo, Kairos, 1979.

FERREIRA, Ângela Sá; NEVES, Manuela; RODRIGUES, Cristina. **Design e artesanato: um projeto sustentável**. Redige, v.3, n.1, 2012. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/25911/1/2012_Artigo_Redige.pdf>. Acesso em: 15 de Junho 2018.

FLETCHER, K. GROSE, L. **Moda e sustentabilidade**: design para mudanças. São Paulo: SENAC, 2011.

FORNASIER, Cleuza Bittencourt Ribas. **Modelo organizacional de autogestão para projetos sociais: uma ação de design**. Florianópolis, 2005. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/101601/224005.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> . Acesso em: 13 de junho de 2018.

FRANÇA, Rosa Alice. **Design e artesanato**: uma proposta social, Revista Design em Foco, 2005. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/661/66120202/>>. Acesso em: 15 de Junho 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. São Paulo, 6ª ed. Editora Atlas S.A. 2008.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. 1ª Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução a Pesquisa Qualitativa e sua Possibilidades**. Revista de Administração de Empresas São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63. 1995.

HOLLAND, DK. **Kepping Promisses**: The impact of Brands on society. In Design Issues. Canada: Allworth Press, 2001.

HUBERMAN, A.M.; MILES, M. B. (1991). **Analyse de données qualitatives**: recueil de nouvelles méthodes. Bruxelles: De Boeck-Wesmael.

INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN. **Definition of design**. Disponível em: <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>. Acesso em: 06 Set. 2017.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=ARTESANATO%202008&searchphrase=all>>. Acesso em: 10 de maio 2018.

KRUCKEN, Lia. **Design e Território**: Valorização de identidade e produtos locais. São Paulo. Editora: Studio Nobel. 2009.

LANA, Sebastiana Luiza Bragança. **Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e sustentabilidade II** / Org: Dijon de Moraes e Lia Krucken. 2 ed. Belo Horizonte: EdUEMG, 2016.

LACERDA, Ana Carolina Godinho; GUIMARÃES, Letícia Hilário. **Origens das preocupações com 'sustentabilidade' no campo do design: o caso do projeto juramento – CETEC. Histórias do Design em Minas Gerais** / Org. Marcos Braga, Marcelina Almeida, Maria Regina Dias. Belo Horizonte, MG. EdUEMG, 2017.

MANZINI, E. (org.). **Design para a Inovação Social e Sustentabilidade: Comunidades Criativas, Organizações Colaborativas e Novas Redes Projetuais**. Rio de Janeiro: e-Papers, 2008.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**. Trad: Astrid de Carvalho. 1. Ed. 3. Reimpr. São Paulo Editoria da Universidade de São Paulo, 2002.

Manual de Oslo – **Proposta de diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica**. OCDE / FINEP, 1997.

MARTINS, Daniela. **Comunidades Criativas das Geraes: Um Caso de Inovação Social na Produção Artesanal Sob a Perspectiva do Design**. Dissertação de Mestrado - PPGD, UEMG, Belo Horizonte, 2013.

_____. **Cultura: matéria-prima para o artesanato**. Projeto Minas Raízes. Catálogo Artesanato, Cultura, Design. UEMG BH. 2009.

MERONI, A. **Creative communities: People inventing sustainable ways of living**, Edizioni Polidsgined, Milano 2007.

MORAES, Dijon. **Limites do Design**. Editora: Studio Nobel, 1997.

_____. **Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e Sustentabilidade II**. / Org: Dijon de Moraes, Lia Krucken. 2 ed. Belo Horizonte: EdUEMG, 2016.

_____. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

MOURÃO, Nadja; MARTINS, Daniela. **Sabores e Saberes das Geraes: Uma abordagem em Food Design**. Org. Rita de Castro Engler. Editora: EdUEMG, Barbacena, 2014.

MOURÃO, Nadja; ENGLER, Rita. **Economia solidária e Design social: iniciativas sustentáveis com resíduos vegetais para produção artesanal**. Interações, Campo Grande, [online] v. 15, n. 2, p. 329-339, jul./dez. 2014.

MOURÃO, Nadja. **Sustentabilidade com resíduos vegetais na produção artesanal: uma prática de design sistêmico em Chapada Gaúcha**. Pensamentos em Design: aspectos tangíveis e intangíveis da pesquisa. Belo Horizonte. 2013.

NAPOLITANO, Marcos; VILLAÇA, Mariana. **Tropicalismo: As Relíquias do Brasil em Debate**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-01881998000100003&script=sci_arttext&lng=es> . Acesso em: 17 de Abril 2018.

NETO, E. B. **O que é artesanato?** Curso artesanato Módulo 1, 2007. <http://www.fbes.org.br/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=601&Itemid=2> Acesso em: 19 de Junho 2018.

NIEMEYER, L. **Código de Ética para Designers**. 2008. Disponível em: <https://design.com.br/codigo-de-etica-para-designers/>. Acesso em: 04 de Julho 2018.

_____. **Design no Brasil: Origens e Instalações**. Rio de Janeiro: 2AB, 1997.

_____. **Identidade e significações: design atitudinal**. Cadernos de Estudos Avançados em Design: Identidade. Org.: Dijon de Moraes, Lia Krucken, Paulo Reyes. Barbacena: EdUEMG. 2010.

_____. **Design e Humanismo: por um novo modelo**. Cadernos de Estudos Avançados em Design: Humanismo. Org. Dijon de Moraes. Barbacena, EdUEMG, 2013.

OLIVEIRA, Ana Célia Carneiro; MOURÃO, Nadja Maria. **Design social: objetos biográficos do cotidiano, memória social**. Suldesign Científico, 2017.

ONO, Maristela Mitsuko. **Design e cultura: sintonia essencial**. Curitiba: Edição da Autora, 2006.

_____. Design, Cultura e identidade, no contexto da globalização. In: **Revista Design em Foco**, ano 1, v. 1, n. 1, Universidade do Estado da Bahia, Jul. Dez, 2004.

_____. **Desafios do design na mudança da cultura de consumo**. Anais do 1º Simpósio Paranaense de Design Sustentável - SPDS. 2009. Disponível em: <http://www.academia.edu/5388531/Anais_do_1_Simp%C3%B3sio_Paranaense_de_Design_Sustent%C3%A1vel_SPDS_2009>. Acesso em: 20 de Junho 2018.

PAPANEK, Victor. **Design for the Real World**. Chicago: Academy Chicago Publishers, 1984. Completely Revised Second Edition.

PAZMINO, Ana Verónica. **Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável**. I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. Curitiba, p. 4-6, 2007.

_____. **Design, Artefatos e sistema sustentável**. Projetos de conclusão de curso de design com ênfase no Eco Design. Org.: Amilton Arruda, Paulo Ferrolí, Lisiane Librelotto. São Paulo. Blucher, 2018.

PENTEADO, Ana Elisa de Arruda. **Nostalgia do mestre artesão**. Revista Brasileira de História da Educação nº1 jan./jun. 2001. Disponível em: <<http://eduem.uem.br/ojs/index.php/rbhe/article/viewFile/38758/20288>>. Acesso em: 25 de Junho 2018.

PERALTA, Juan Ahumada. **Desarrollo del Sector Artesanal**. In: VERGARA, Patrício (Coord). Desenvolvimento Econômico Territorial e Emprego-Documento de Base: II Seminário Internacional DETE. Fortaleza: DETE-ALC, 2005. p. 211-227.

RYBALOWSKI, Tatiana Messer. **A Gestão da diferenciação do produto de moda: a inserção do artesanal na confecção industrial**. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 165p., 2008.

RUGIU, Antonio Santoni. **Nostalgia do mestre artesão**. Editora: Autores Associados, Campinas, 1999.

RODRIGUES, Janice; BELLIO, Liliana; ALENCAR, Camilla. **Sustentabilidade no design:**

A transversalidade das teorias filosóficas e suas articulações na contemporaneidade complexa. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/viewFile/7795/5367>>. Acesso em: 18 de Junho 2018.

ROGERS, Everett M. **Diffusion of innovations**. 3ª ed. 1983. A Division of Macmillan Publishing Co., Inc.

SANTANA, Maíra Fontenele. **Design e artesanato: fragilidades de uma aproximação**. Cadernos Gestão Social. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/cgs/article/download/31608/pdf_51> . Acesso em: 28 de julho de 2019.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. **Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e sustentabilidade II** / Org: Dijon de Moraes, Lia Krucken. 2 ed. Belo Horizonte: EdUEMG, 2016.

SEBRAE. **Artesanato: um negócio genuinamente brasileiro**. Vol 01. Nº 01. Brasília: SEBRAE, 2008.

_____. **Programa Sebrae de Artesanato: Termo de Referência**. São Paulo, 2004.

_____. **Termo de referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato**. Brasília: SEBRAE, 2010.

_____. **Design social: impacto positivo para empresa e sociedade**. SEBRAE, 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/design-social-impacto-positivo-para-empresa-e-sociedade,d5d4c70e2f57f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 14 de Junho 2018.

_____. **Artesanato Brasil**. Brasília – Edições Sebrae, 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/\\$File/6078.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/dfad41051c6d27627519027375a462c0/$File/6078.pdf)>. Acesso em: 15 de Junho 2018.

_____. **Cartilha Sebrae do Artesanato Competitivo Brasileiro**. Brasília: SEBRAE, 2016.

_____. **Artesanato Sustentável**. 2014. Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/11/2014_05_25_Art_Fevereiro_Sustentabilidade_pdf.pdf>. Acesso em: 25 de Junho 2018.

SILVA, Emanuelle K. R. **Design e artesanato: um diferencial cultural na indústria do consumo**. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=16&id_articulo=5887>.

SILVA, Heliana; VERGARA, Sylvia. **Organizações Artesanais – Um Sistema Esquecido na Teoria das Organizações**. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/eneo2006-117.pdf>>. Acesso em: 16 de Abril 2018.

SITTA, Cibele Seila; ALANO, Agda Bernardete. **A gestão de design social e sustentabilidade de empreendimentos econômicos solidários**. Disponível em: <www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/download/15509/134>. Acesso em: 18 de Junho 2018.

TAMBORRINI, Paolo. **Design e Inovação**. Do design ao design de sistemas: objetos, relações e comportamento. Cadernos de Estudos Avançados em Design: Inovação / Org. Dijon de Moraes; Itiro Lida, Regina Álvares Dias. 1. Ed. – Belo Horizonte: EdUEMG, 2012.

THACKARA, J. **Plano B: O Design e as Alternativas Viáveis em um Mundo Complexo**. São Paulo: Saraiva, 2008.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 1998.

TORRES, Pablo Marcel de Arruda. **Design para impacto social: transformação local através da criatividade coletiva. I+disegno**. Revista científico-acadêmica internacional de Innovación, Investigación y Desarrollo en Diseño. Vol. 10, 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/Vivi/Downloads/Dialnet-DesignParaImpactoSocialtransformacaoLocalAtravesDa-5087827%20(1).pdf>. Acesso em: 04 de Julho 2018.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

VEZZOLI, C. **O cenário do design para uma moda sustentável**. Em: PIRES, Dorothéia (Org.). Design de Moda: olhares diversos. Barueri. Editora: Estação das Letras e Cores, 2008. p. 197-205.

APÊNDICE

A) Questionário 01 – Produtos da Cooperativa Dedo de Gente.

QUESTIONÁRIO - Produtos da Cooperativa Dedo de Gente

1 – Você conhece a Cooperativa Dedo de Gente?

- ☐ Sim
- ☐ Não

2 - Você consome ou já consumiu os produtos da Cooperativa Dedo de Gente?

- ☐ Sim
- ☐ Não

3 – Caso nunca tenha consumido os produtos da Cooperativa Dedo de Gente, por qual razão seria?

RESPONDA APENAS SE JÁ TIVER CONSUMINDO OS PRODUTOS DA COOPERATIVA.

4 - Em relação a **qualidade** dos produtos você considera:

- ☐ Excelente
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim

5 – O que você mais gosta com relação aos produtos da Cooperativa Dedo de Gente? Escolha 3 opções.

- | | |
|--|--|
| ☐ Acabamento | ☐ Formato das peças |
| ☐ Material | ☐ Textura |
| ☐ Processo de fabricação artesanal | ☐ Cheiro |
| ☐ História do produto | ☐ Utilidade (função) |
| ☐ Cores | ☐ Preço |
| ☐ Peso | |

6 – O que você menos gosta com relação aos produtos da Cooperativa Dedo de Gente? Escolha 3 opções.

- | | |
|--|--|
| ☐ Acabamento | ☐ Formato das peças |
| ☐ Material | ☐ Textura |
| ☐ Processo de fabricação artesanal | ☐ Cheiro |
| ☐ História do produto | ☐ Utilidade (função) |
| ☐ Cores | ☐ Preço |
| ☐ Peso | |

7 – No geral, em um escala de 0 a 5 (onde 5 é a nota máxima), o quão satisfeito você está com o produto adquirido da Cooperativa Dedo de Gente?

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

8 – Que mudanças/melhorias você enxerga com relação aos produtos da Cooperativa Dedo de Gente?

9 – Você voltaria a consumir os produtos da Cooperativa Dedo de Gente?

- ☐ Sim
- ☐ Não

B) Termo de uso da imagem.



AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM

Autorização de reprodução e de representação de fotografia e vídeo

Acordado entre: O(a) Sr.(a) _____,
Nascido (a) a ____/____/____, em _____,
residente _____,
e a Equipe de foto/filmagem do projeto de pesquisa “Design e Artesanato: geração de renda e valorização cultural na comunidade de Araçuaí”. Pelo presente documento, concedo os direitos para divulgação e reprodução das fotografias e imagens, realizadas durante os 10 (dez) encontros previstos da oficina de “Design e Artesanato”.

As fotografias e filmagens poderão ser reproduzidas parcialmente ou na sua totalidade em qualquer suporte (papel, digital, magnético, tecido, plástico, etc.) e integradas a qualquer outro material (fotografia, desenho, ilustração, pintura, vídeo, animação, etc.) conhecido ou que venha a existir. As fotografias e filmagens poderão ser exploradas em qualquer parte do mundo e em todos os ramos (publicidade, edição, imprensa, packaging, design, etc.) diretamente pelo fotógrafo ou cedidas a terceiros.

Está definido que o fotógrafo está expressamente proibido de explorar as fotografias e filmagens de um modo que possa ser considerado como atentado à minha vida e de difundidas sobre qualquer suporte considerado pornográfico, xenófobo, violento ou ilícito.

Reconhece que não existe ligação a nenhum contrato de exclusividade do uso do meu nome ou imagem, ou qualquer pagamento, pois, estas imagens são exclusividade do Projeto de Pesquisa “Design e Artesanato: geração de renda e valorização cultural na comunidade de Araçuaí”.

Assinatura do participante

C) Termo de compromisso de participação.



TERMO DE COMPROMISSO DE PARTICIPAÇÃO DAS OFICINAS “DESIGN E ARTESANATO”

Eu _____, RG _____,
nascido(a) em ____/____/____, residente em _____, me
comprometo a participar da oficina de Design e Artesanato proposta dentro do projeto de
pesquisa “Design e artesanato: geração de renda e valorização cultural na comunidade de
Araçuaí” do Programa de Pós Graduação em Design – PPGD, da Universidade do Estado de
Minas Gerais.

Pelo presente documento, me comprometo a participar das oficinas de Design e Artesanato,
que consiste em aplicações práticas de processos criativos, palestras, documentários e
atividades extra classe. A proposta possui carga horária total de 30 horas, divididas em 10 (dez)
aulas de 3 horas, nos meses de agosto e setembro do presente ano. O curso acontecerá em
uma sala da Cooperativa Dedo de Gente com a participação dos jovens que fazem parte das
oficinas de madeira e tintas de terra da cooperativa.

As aulas práticas incluem a cocriação de objetos em madeira e tintas de terra, que serão
desenvolvidos a partir de conceitos, práticas e vivências que acontecerão durante os
encontros. A oficina será um espaço importante em que os alunos poderão descobrir,
experimentar e expressar a sua criatividade!

Araçuaí, _____ de _____ de 2018.

Assinatura do Participante

D) Quadro 1 – Atividade da oficina “Design e artesanato”.

Reflexão sobre os processos		
		
		
		

E) Quadro 2 – Atividade da oficina “Design e artesanato”.

Reflexão sobre os produtos	
	
	
	

F) Questionário de perfil de consumidor.

Hábitos de consumo e perfil de consumidor

Você é:

- ☐ Homem
- ☐ Mulher
- ☐ Outro

1 – Qual seu estado civil?

- ☐ Solteiro (a)
- ☐ Casado (a)
- ☐ Divorciado (a)
- ☐ Viúvo (a)

2 – Qual o seu nível de escolaridade?

- ☐ Não possuo escolaridade
- ☐ Ensino fundamental
- ☐ Ensino médio
- ☐ Ensino técnico
- ☐ Ensino superior
- ☐ Pós – graduação
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutorado

3 – Qual das opções abaixo melhor se encaixam com o seu momento profissional atual?

- ☐ Funcionário público
- ☐ Funcionário de empresa privada
- ☐ Autônomo
- ☐ Dono de empresa
- ☐ Desempregado
- ☐ Aposentado
- ☐ Dona (o) de casa
- ☐ Outros

4 – Pensando no seu trabalho atual, você está?

- ☐ Totalmente insatisfeito
- ☐ Insatisfeito
- ☐ Nem satisfeito nem insatisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Totalmente satisfeito
- ☐ Não estou trabalhando

5 – Em que tipo de residência você mora?

- ☐ Casa
- ☐ Apartamento
- ☐ Flat
- ☐ Chácara
- ☐ Outros

6 – Com quem você mora atualmente?

- ☐ Sozinho
- ☐ Com meus pais e/ou irmãos
- ☐ Com amigos
- ☐ Com esposo (a)
- ☐ Com esposo (a) e filhos
- ☐ Apenas com filhos
- ☐ Outros

7 – Qual foi a última vez que você fez uma compra pela internet?

- ☐ Nas últimas 24 horas
- ☐ Na última semana
- ☐ No último mês
- ☐ Nos últimos 6 meses
- ☐ No último ano
- ☐ Nunca fiz compra pela internet

8 - Pensando nas frases abaixo, qual delas você mais se identifica?

- ☐ Só faço compras em lojas físicas
- ☐ Só faço compras pela internet de produtos que não preciso experimentar ou tocar.
- ☐ Compro pela internet e em lojas físicas
- ☐ Minha escolha depende do tipo de produto
- ☐ Deixo para comprar em lojas físicas apenas o que eu encontro online
- ☐ Só faço compras pela internet

9 – Quais formas de pagamento você utiliza nas suas compras? Marque todas as alternativas que você costuma utilizar:

- ☐ Dinheiro
- ☐ Cartão de crédito
- ☐ Cartão de crédito a vista
- ☐ Cartão de crédito parcelado
- ☐ Cheque
- ☐ Métodos de pagamento online
- ☐ Moedas virtuais

10 – E qual dessas formas você MAIS utiliza?

- ☐ Dinheiro
- ☐ Cartão de crédito
- ☐ Cartão de crédito a vista
- ☐ Cartão de crédito parcelado
- ☐ Cheque
- ☐ Métodos de pagamento online
- ☐ Moedas virtuais

11 – E quais dessas formas você NÃO utiliza ou nunca utilizou? Marque quantas alternativas quiser:

- ☐ Dinheiro
- ☐ Cartão de crédito
- ☐ Cartão de crédito a vista
- ☐ Cartão de crédito parcelado
- ☐ Cheque
- ☐ Métodos de pagamento online
- ☐ Moedas virtuais

12 – Quais das redes sociais abaixo você costuma acessar frequentemente? Marque quantas alternativas quiser:

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| ☐ Facebook | ☐ Pinterest |
| ☐ Twitter | ☐ Youtube |
| ☐ Instagram | ☐ Snapchat |
| ☐ LinkedIn | ☐ Nenhuma |

13 – Quais os veículos de comunicação você costuma consumir frequentemente? Marque quantas alternativas quiser:

- | | |
|----------------------------------|--------------------------------|
| ☐ Rádio | ☐ Jornais |
| ☐ TV aberta | ☐ Revistas |
| ☐ TV fechada | ☐ Nenhum |
| ☐ Internet | |

14 – Que tipo de conteúdo mais te atrai na mídia? Marque quantas alternativas quiser:

- | | |
|--------------------------------------|---|
| ☐ Cultura | ☐ Saúde e bem-estar |
| ☐ Esporte | ☐ Negócios |
| ☐ Entretenimento | ☐ Moda |
| ☐ Economia | ☐ Gastronomia |
| ☐ Política | ☐ Celebridades |

15 – O que você costuma fazer nas horas livres? Marque quantas alternativas quiser:

- ☐ Cinema
- ☐ Teatro
- ☐ Shows
- ☐ Esportes
- ☐ Exposições
- ☐ Ler livros
- ☐ Bares e restaurantes
- ☐ Dançar
- ☐ Acessar a internet
- ☐ Viajar
- ☐ Descansar
- ☐ Ver TV
- ☐ Programas ao ar livre
- ☐ Namorar

16 – Todo mundo costuma traçar planos e metas para sua vida. Pensando nos próximos 5 anos, qual dos objetivos abaixo você pretende ter cumprido? Marque quantas alternativas quiser:

- ☐ Começar uma faculdade
- ☐ Terminar a faculdade
- ☐ Casar
- ☐ Ter filho (s)
- ☐ Comprar uma casa própria
- ☐ Comprar um carro
- ☐ Trocar de carro
- ☐ Montar o próprio negócio
- ☐ Trocar de emprego
- ☐ Viajar para fora do país
- ☐ Reformar a minha casa
- ☐ Ter mais tempo livre para as coisas que gosto
- ☐ Ter mais tempo para minha família
- ☐ Fazer cursos de especialização
- ☐ Outros: _____

17 – Quando o assunto é COMPRA, qual das frases abaixo reflete o seu jeito de se comportar:

- ☐ Faço muitas pesquisas de preços antes de comprar qualquer produto.
- ☐ Considero – me econômico e controlado nas compras.
- ☐ Quando o assunto é compras sou moderado (a), ou seja, nem muito econômico e nem muito gastador (a).
- ☐ Não tenho costume de ceder a impulsos consumistas, mas também não deixo de comprar um produto quando ele é importante para mim.
- ☐ Fazer compras é o meu ponto fraco.
- ☐ Não penso duas vezes antes de comprar um produto que quero.
- ☐ Deixo para fazer as contas depois que já levei o produto para casa.

18 – Quão importante você considera as opções abaixo:

Moradia (reforma da casa, compra de móveis e adornos)

- ☐ 1 – Nada importante
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 – Muito importante

Alimentação no lar (supermercado e compras de abastecimento)

- ☐ 1 – Nada importante
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 – Muito importante

Saúde (plano de saúde, consultas, remédios)

- ☐ 1 – Nada importante
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 – Muito importante

Viagens turísticas (nacionais e internacionais)

- ☐ 1 – Nada importante
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 – Muito importante

Roupas, acessórios, calçados

- ☐ 1 – Nada importante
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 – Muito importante

Lazer (restaurantes, bares, boates)

- ☐ 1 – Nada importante
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 – Muito importante

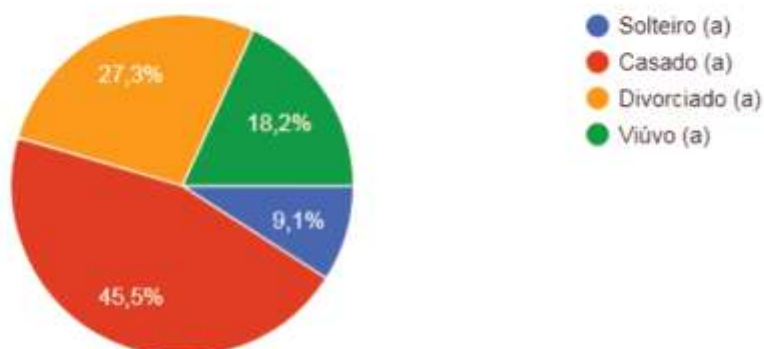
Lazer (cinema, teatro, eventos culturais)

- ☐ 1 – Nada importante
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 – Muito importante

G) Gráficos gerados a partir do questionário de perfil do consumidor.

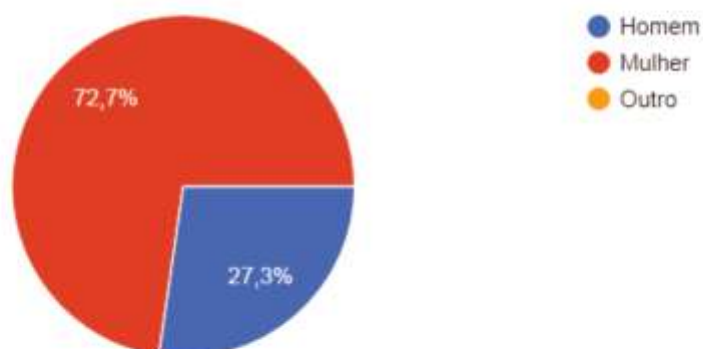
Qual seu estado civil?

11 respostas



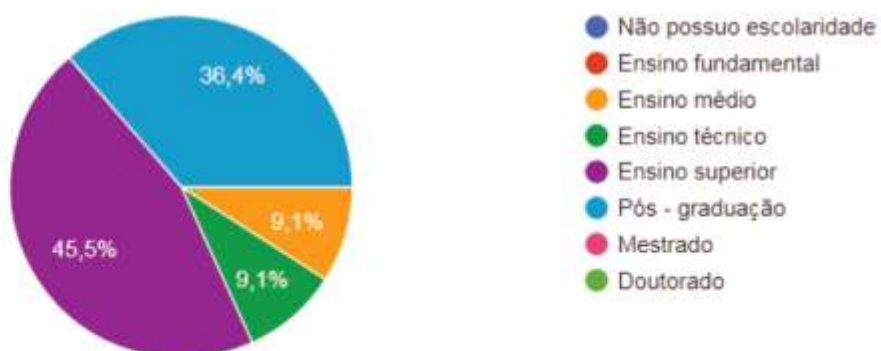
Você é:

11 respostas



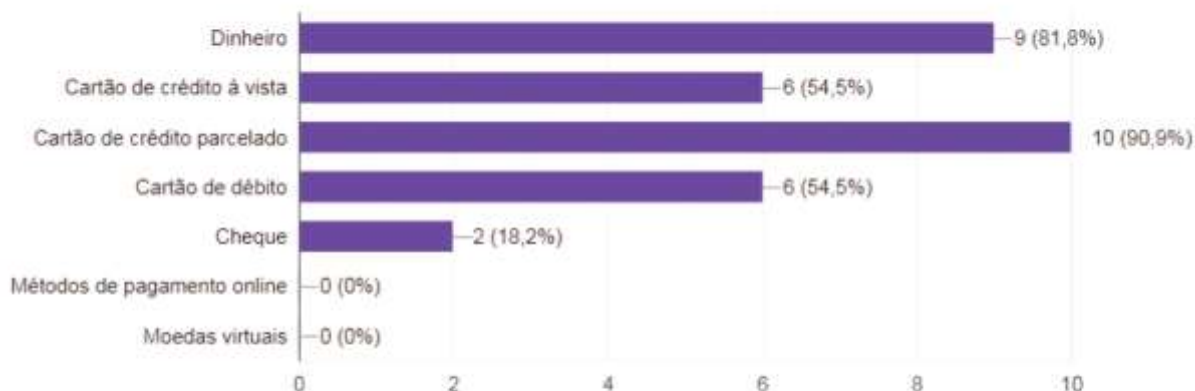
Qual o seu nível de escolaridade?

11 respostas



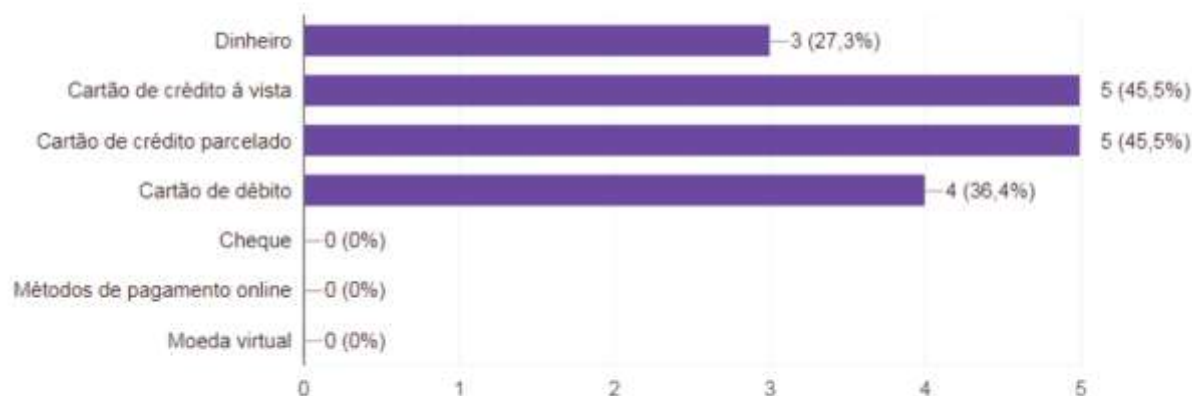
Quais formas de pagamento você utiliza nas suas compras? Marque todas as alternativas que você costuma utilizar:

11 respostas



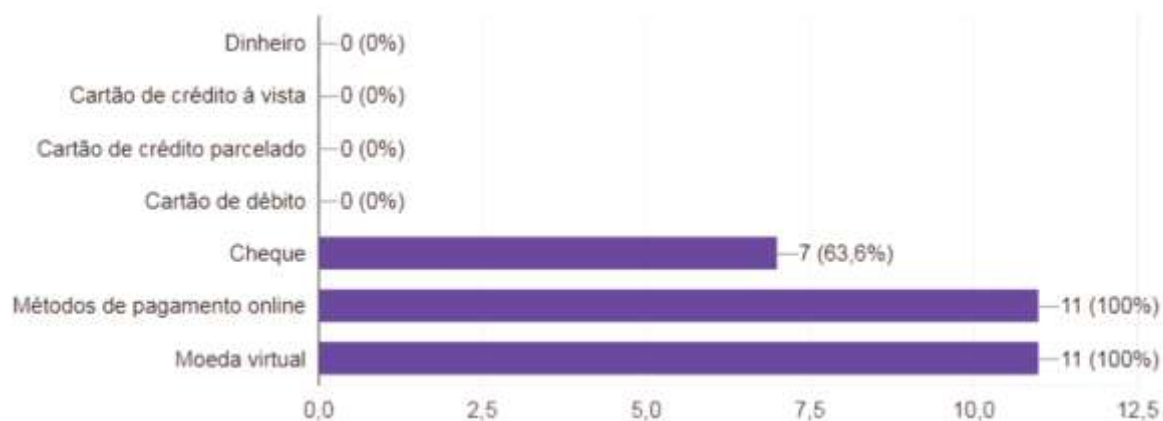
E qual dessas formas você MAIS utiliza?

11 respostas



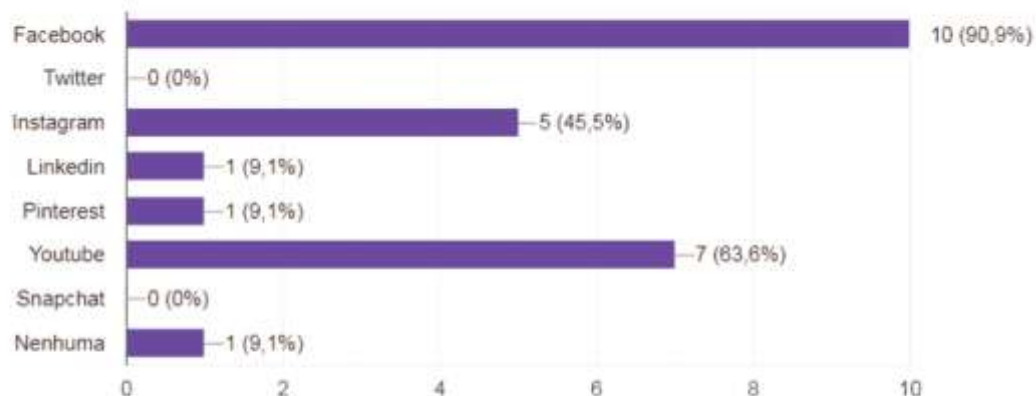
E quais dessas formas você NÃO utiliza ou nunca utilizou? Marque quantas alternativas quiser:

11 respostas



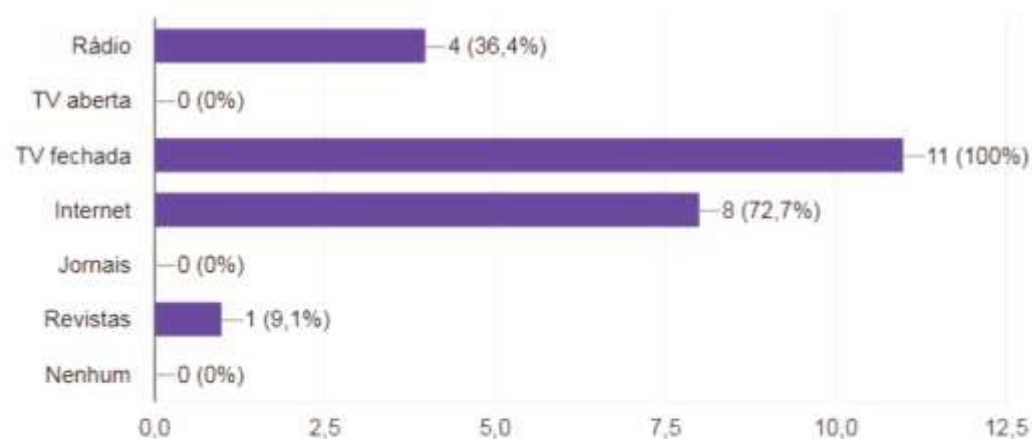
Quais das redes sociais abaixo você costuma acessar frequentemente?
Marque quantas alternativas quiser:

11 respostas



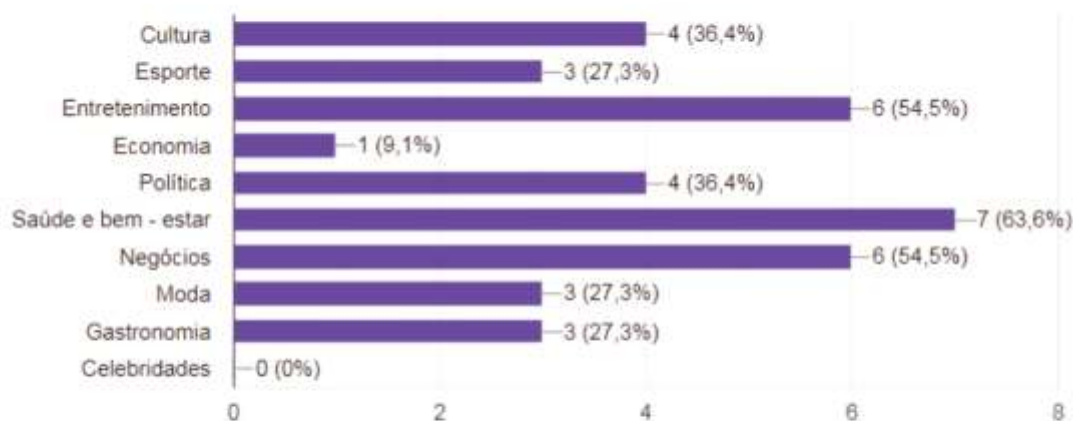
Quais os veículos de comunicação você costuma consumir frequentemente? Marque quantas alternativas quiser:

11 respostas



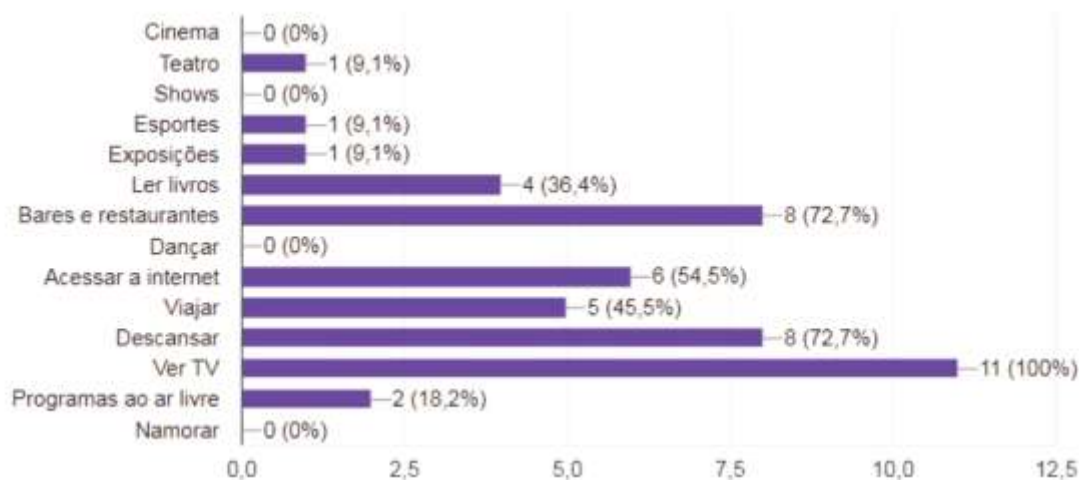
Que tipo de conteúdo mais te atrai na mídia? Marque quantas alternativas quiser:

11 respostas



O que você costuma fazer nas horas livres? Marque quantas alternativas quiser:

11 respostas



Todo mundo costuma traçar planos e metas para sua vida. Pensando nos próximos 5 anos, qual dos objetivos abaixo você pretende ter cumprido? Marque quantas alternativas quiser:

11 respostas



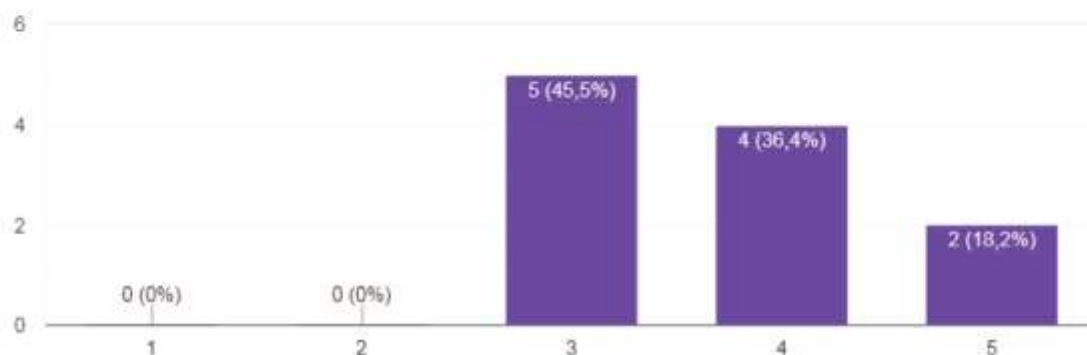
Quando o assunto é COMPRA, qual das frases abaixo reflete o seu jeito de se comportar:

11 respostas



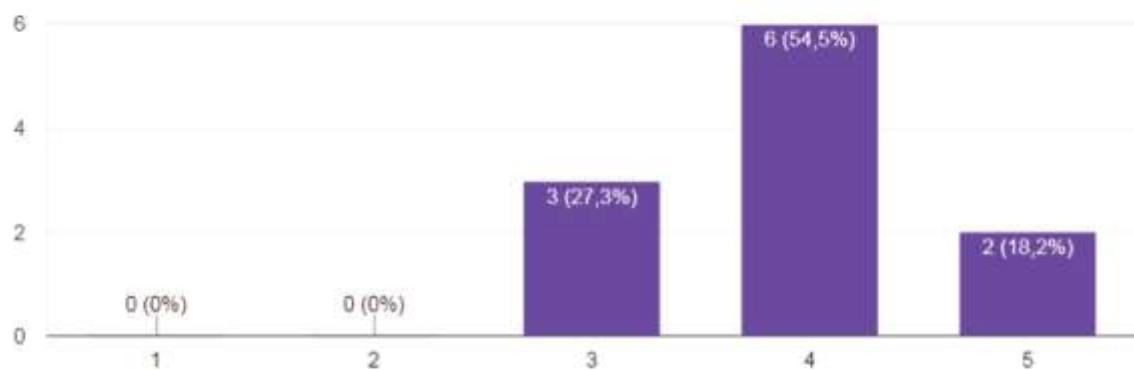
Quão importante você considera as opções a seguir: MORADIA (reforma da casa, compra de móveis e adornos)

11 respostas



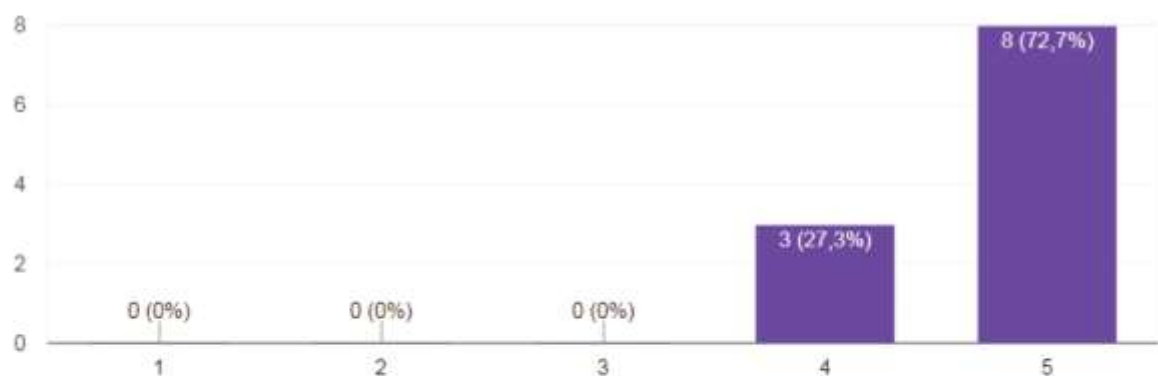
Quão importante você considera as opções a seguir: Alimentação no lar (supermercado e compras de abastecimento)

11 respostas



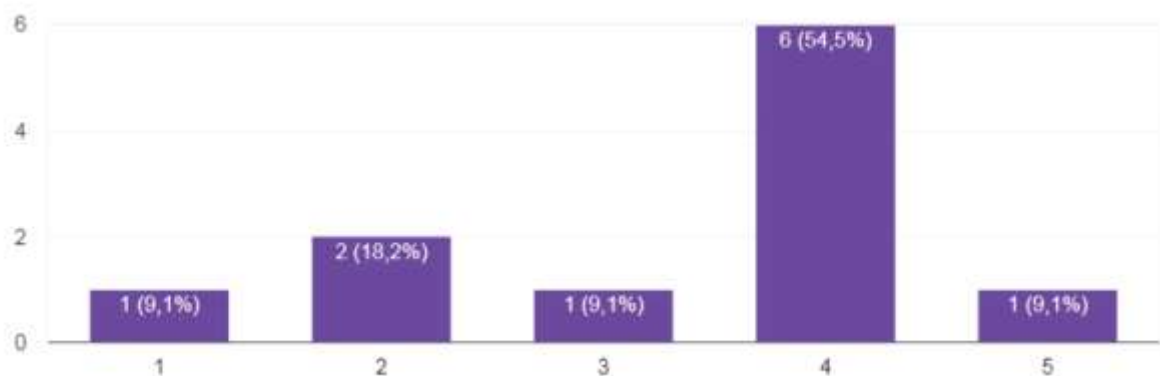
Quão importante você considera as opções a seguir: Saúde (plano de saúde, consultas, remédios)

11 respostas



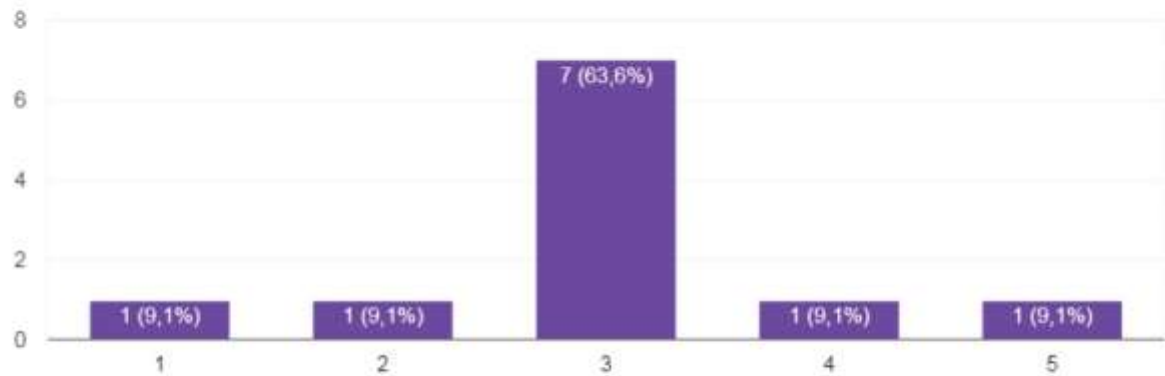
Quão importante você considera as opções a seguir: Viagens turísticas (nacionais e internacionais)

11 respostas



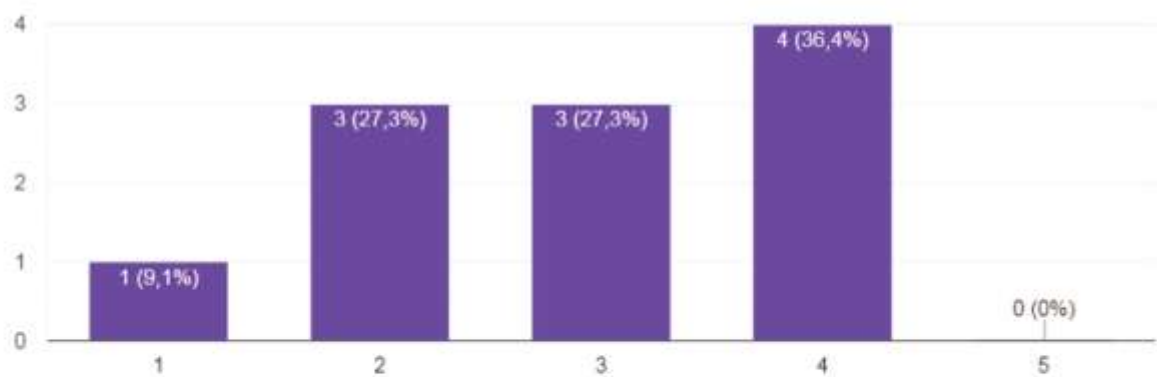
Quão importante você considera as opções a seguir: Roupas, acessórios, calçados

11 respostas



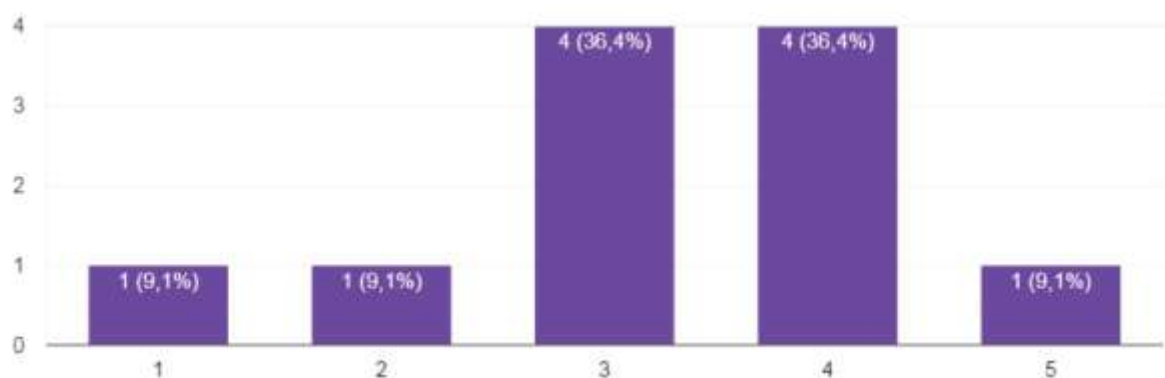
Quão importante você considera as opções a seguir: Lazer (restaurantes, bares, boates)

11 respostas



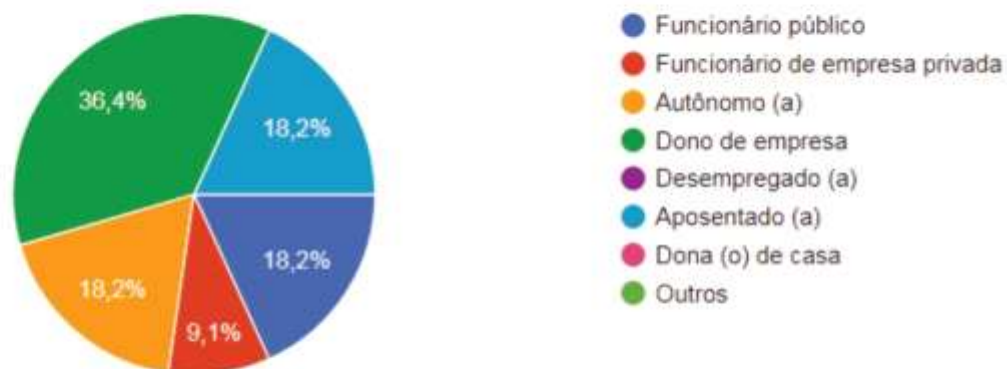
Quão importante você considera as opções a seguir: Lazer (cinema, teatro, eventos culturais)

11 respostas



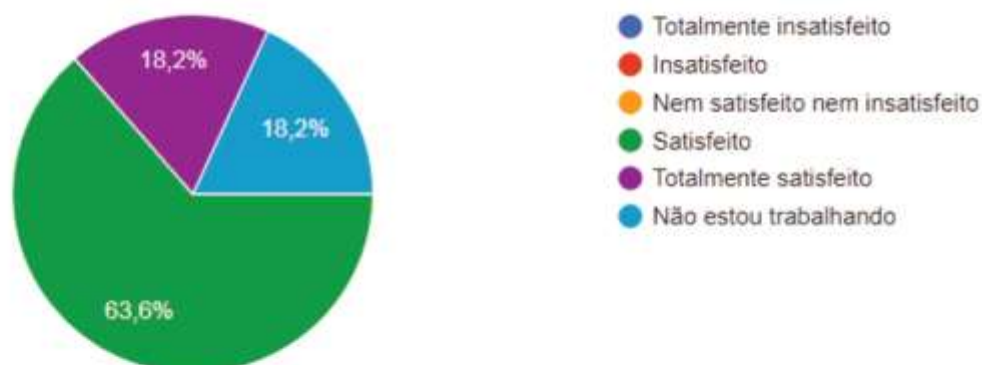
Qual das opções abaixo melhor se encaixam com o seu momento profissional atual?

11 respostas



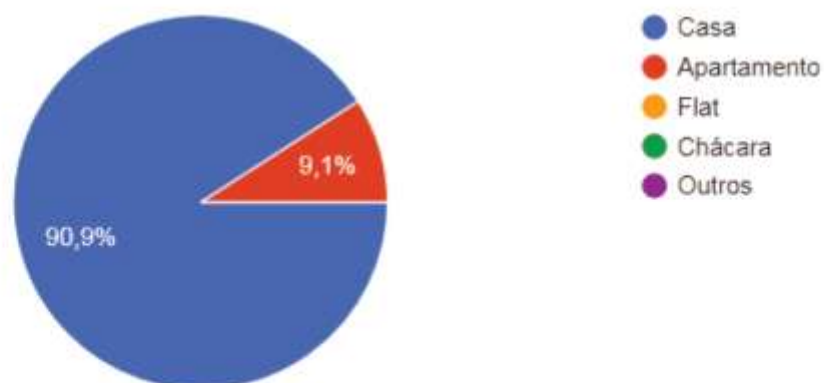
Pensando no seu trabalho atual, você está?

11 respostas



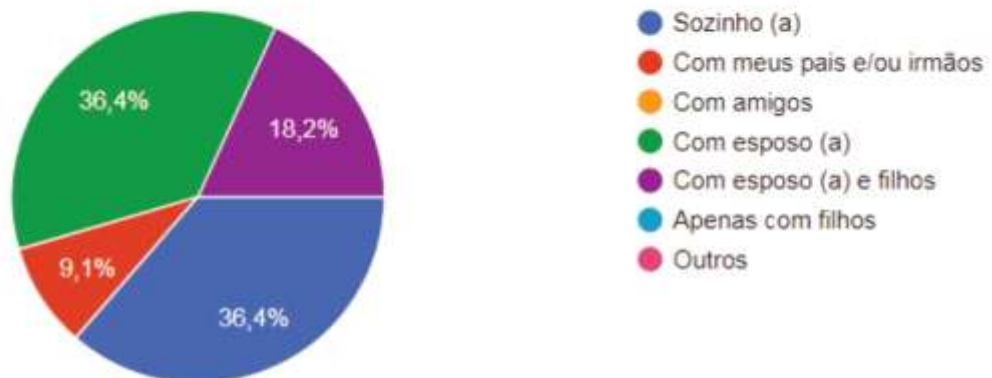
Em que tipo de residência você mora?

11 respostas



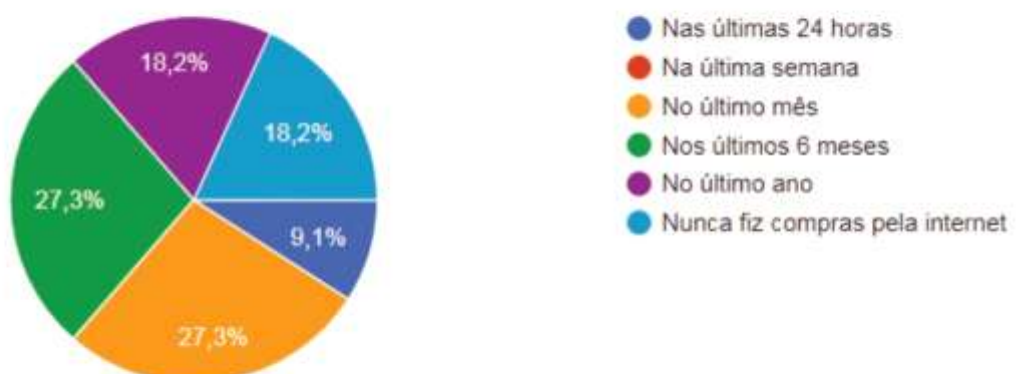
Com quem você mora atualmente?

11 respostas



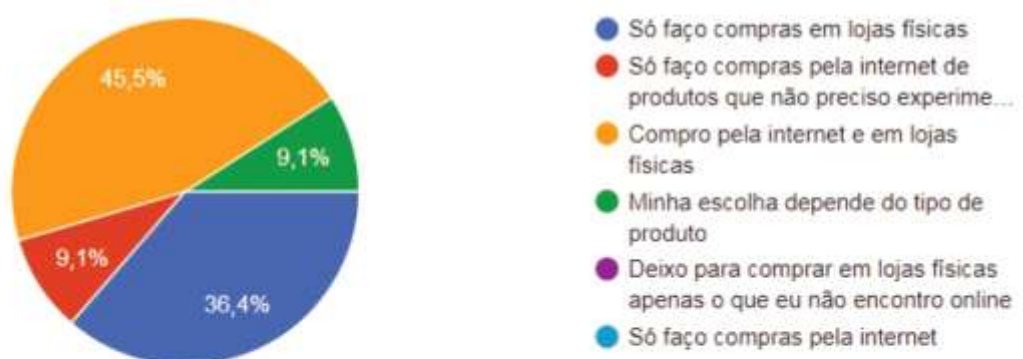
Qual foi a última vez que você fez uma compra pela internet?

11 respostas



Pensando nas frases abaixo, qual delas você mais se identifica?

11 respostas



H) Caderno de produtos digital



DESIGN E ARTESANATO:
GERAÇÃO DE RENDA E VALORIZAÇÃO
CULTURAL NA COMUNIDADE DE ARAÇUAÍ

Caderno de
Produtos Artesanais


dedo de gente

ESCOLA DE
DESIGN



Centro de Estudos em Design
e Tecnologia - CEDTec

CENTRO DE ESTUDOS DE DESIGN E TECNOLOGIA - CEDTEC

Coordenadora:

Rita de Castro Engler

Vice-coordenadora:

Sebastiana Luiza Bragança Lana

Pesquisadora:

Viviane da Cunha Melo

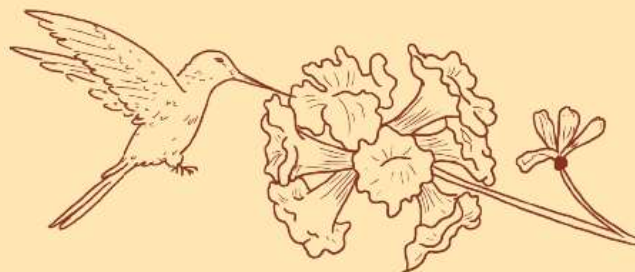
Professores colaboradores:

Nadja Maria Mourão

CONTATOS:

E-mail: rita.engler@uemg.br | nadja.mourao@uemg.br | cedtec.uemg@gmail.com

Telefone: (31) 3439-6506 **Site:** www.ppgd.uemg.br/centros-de-pesquisa/cedtec



COOPERATIVA DEDO DE GENTE - UNIDADE ARAÇUAÍ

Coordenadores:

Edilúcia Borges

Marton Martins

Artesãos participantes:

Darlian Derval de C. Rodrigues

Luana Alves de Brito

Pamella Rodrigues Silveira

Pedro Henrique Mendes Soares

Raife Lopes da Silva

Renan Gomes Pereira

Roberval Coelho Miranda Neto

CONTATOS:

Facebook: Fb.com/DedoDeGente

Instagram: @DedoDeGente

Telefone: (33) 3731-1052

Site: www.dedodegente.com.br



FICHA TÉCNICA DO CATÁLOGO

Direção de arte:
Viviane da Cunha Melo

Identidade visual:
Tarick Haziz

Fotografia:
Viviane da Cunha Melo

Produção editorial:
Tarick Haziz



SUMÁRIO

Decorativos 7

Utilitários 11



DECORATIVOS

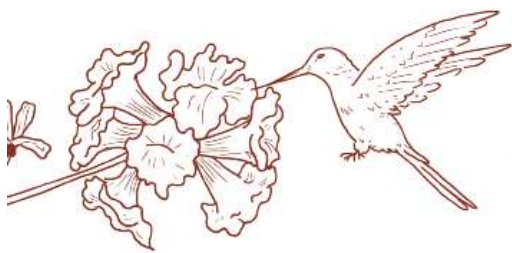


Passarinhos na Janela

Artesãos: Pedro Henrique e Raífe Silva

Matéria-prima: Madeira e Tinta de Terra





Quadros de Madeira Pintados

Artesãos: Roberval Neto e Luana Brito

Matéria-prima: Madeira e Tinta de Terra



Quadro "Vida Simples"

Artesã: Pamella Silveira

Matéria-prima: Madeira e Tinta de Terra





UTILITÁRIOS



Bandeja da Ponte

Artesão: Pedro Henrique Soares

Matéria-prima: Madeira





Bandeja "Araçuaí"

Artesão: Renan Pereira

Matéria-prima: Madeira e Ferro



Bandeja "Jequitinhonha"

Artesão: Renan Pereira

Matéria-prima: Madeira





Porta Toalha em Madeira

Artesão: Renan Pereira

Matéria-prima: Madeira

15



Porta Vinho "Cavalo"

Artesão: Roberval Neto

Matéria-prima: Madeira

16





Porta Planta "Flores do Cerrado"

Artesãos: Pedro Henrique e Luana Brito

Matéria-prima: Madeira e Tinta de Terra



Cabideiro Cavalos

Artesão: Renan Pereira

Matéria-prima: Madeira





Marca Páginas

Artesã: Pamella Silveira

Matéria-prima: Papel e Tinta de Terra

18



Porta Cachaça "Kiau"

Artesão: Pedro Henrique Soares

Matéria-prima: Madeira



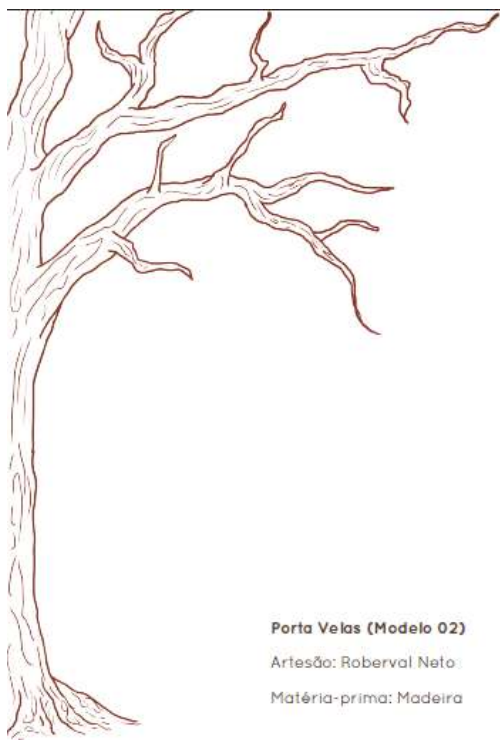
19



Porta Velas

Artesão: Roberval Neto

Matéria-prima: Madeira



Porta Velas (Modelo 02)

Artesão: Roberval Neto

Matéria-prima: Madeira





Porta Planta "Passarinho"

Artesãos: Pedro Henrique e Raífe Silva

Matéria-prima: Madeira e Tinta de Terra



DESIGN E ARTESANATO:
GERAÇÃO DE RENDA E VALORIZAÇÃO
CULTURAL NA COMUNIDADE DE ARAÇUAÍ

Caderno de
Produtos Artesanais

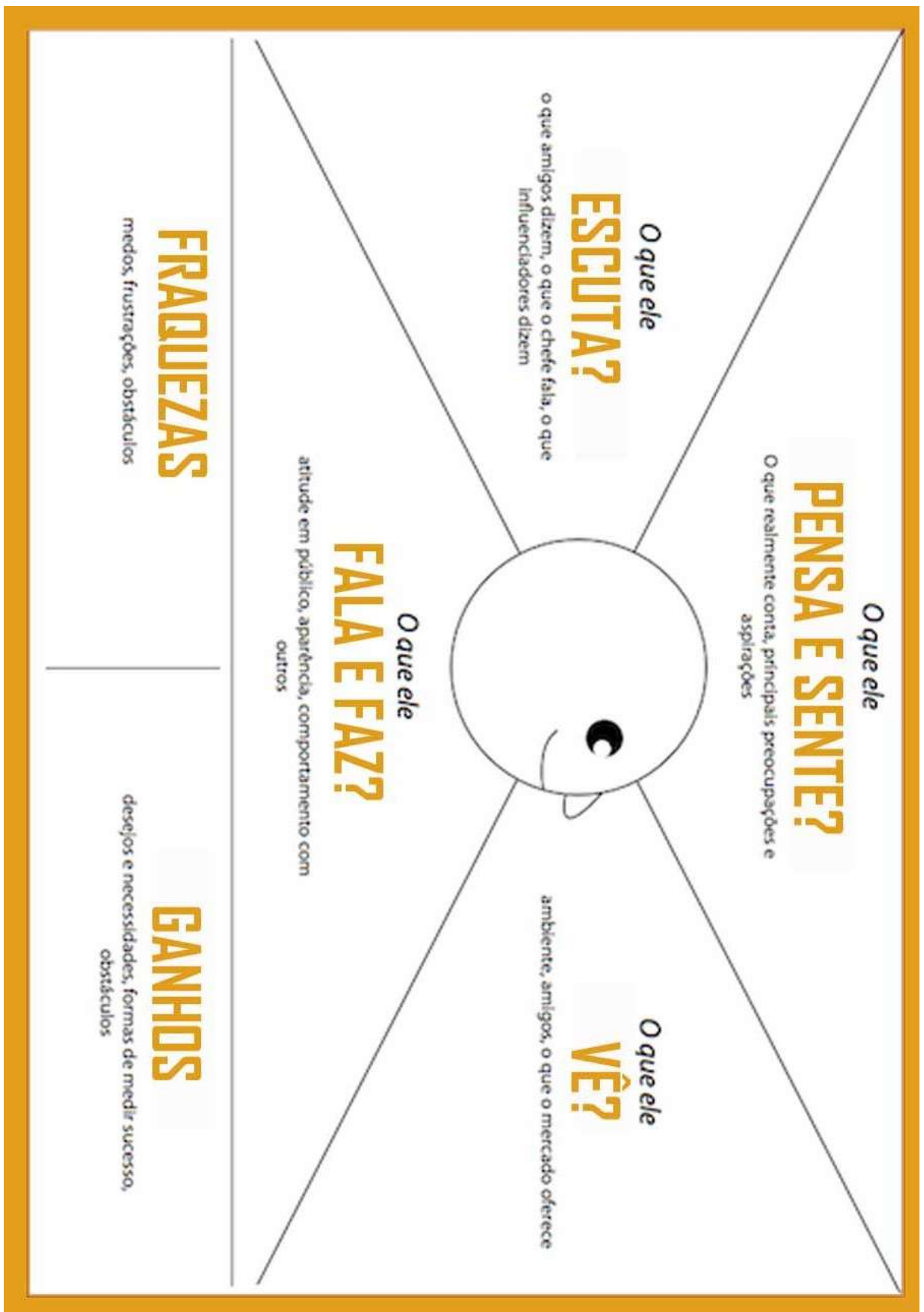


dedo de gente

ESCOLA DE
DESIGN | UEMG
Centro de Estudos em Design
e Tecnologia - CEDTec

ANEXO

A) Ferramenta Mapa de empatia



B) Ferramenta para criação de persona

FOTO	NOME:	
	GENERO:	
	IDADE:	
	OCUPAÇÃO:	
	EMPRESA:	
	EDUCAÇÃO:	

RESUMO DA SUA HISTORIA:

PRINCIPAIS PROBLEMAS/DESAFIOS:

PRINCIPAIS ATRIBUTOS:

	-	+

C) Ferramenta Mapa de valor

