

# MODELO DE MAPEAMENTO DO ARTESANATO PERNAMBUCANO: um recorte sobre a Fenearte

*MAPPING MODEL FOR PERNAMBUCAN CRAFTS: an overview of Fenearte*

ANDRADE, Ana Maria Q.; Laboratório de Design O Imaginário; UFPE

[anamariadeandrade@gmail.com](mailto:anamariadeandrade@gmail.com)

TABOSA, Tibério César; Laboratório de Design O Imaginário; UFPE

[ttabosa@hotmail.com](mailto:ttabosa@hotmail.com)

SILVA, Germannya D'Garcia; Laboratório de Design O Imaginário; UFPE

[germannya.asilva@ufpe.br](mailto:germannya.asilva@ufpe.br)

CAVALCANTI, Virginia.; Laboratório de Design O Imaginário; UFPE

[virginia.cavalcanti@ufpe.br](mailto:virginia.cavalcanti@ufpe.br)

## Resumo

O artigo apresenta o modelo de mapeamento do artesanato pernambucano desenvolvido pelo Laboratório de Design O Imaginário da UFPE e aplicado durante a 23ª Feira Nacional do Negócio do Artesanato - FENEARTE, realizada em Recife, em 2023. A proposta surgiu da necessidade do Governo do Estado de Pernambuco fazer um reconhecimento atualizado, mesmo que de forma panorâmica, da realidade do artesanato pernambucano. Para realizar o mapeamento foram considerados diferentes contextos, ou seja, os territórios, os atores, os produtos e os mercados. O desenho do modelo foi ancorado em conceitos de design e território, economia criativa e desenvolvimento local sustentável. Foram realizadas 364 entrevistas, incluindo artesãos, mestres, associações, cooperativas e prefeituras de 71 municípios do Estado. Os resultados obtidos apontam que o modelo, além de fazer o registro dos artesãos e seus produtos, poderão contribuir para a formulação de políticas públicas mais dedicadas, observando as especificidades de segmentos, tipologias e territórios.

**Palavras Chave:** Design, Artesanato, Política Pública, Desenvolvimento Sustentável

## Abstract

*The article presents the model for mapping Pernambuco's handicrafts developed by UFPE's O Imaginário Design Laboratory and applied during the 23rd National Handicraft Business Fair - FENEARTE, held in Recife in 2023. The proposal arose from the Pernambuco State Government's need to recognise the reality of Pernambuco's handicrafts in an up-to-date, albeit panoramic way. To carry out the mapping, different contexts were considered, i.e. territories, actors, products and markets. The design of the model was anchored in concepts of design and territory, creative economy and sustainable local development. A total of 364 interviews were carried out, including artisans, masters, associations, co-operatives and town halls in 71 municipalities in the state. The results show that the model, in addition to registering artisans and their products, could contribute to the formulation of more dedicated public policies, taking into account the specificities of*

*segments, typologies and territories.*

**Keywords:** *Design, Crafts, Public Policy, Sustainable Development*

## 1 Introdução: A oportunidade de Mapeamento do Artesanato de Pernambuco

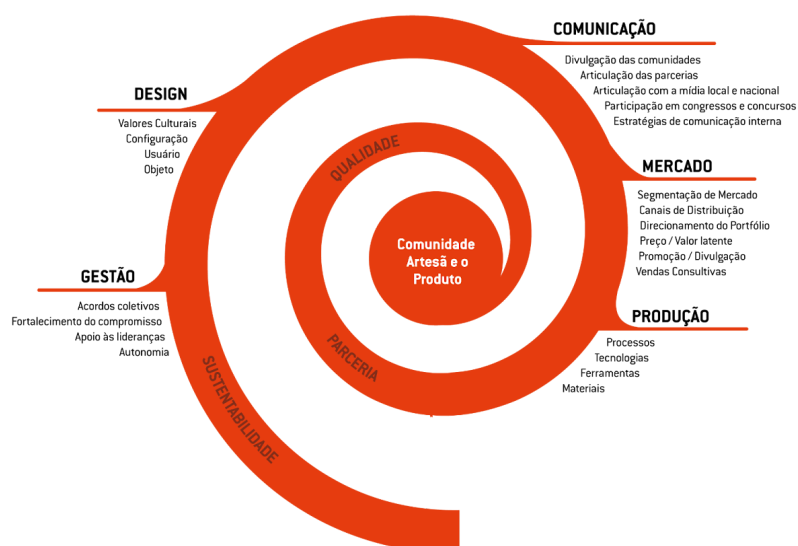
O Estado de Pernambuco é reconhecido pela diversidade da sua produção artesanal, no entanto, sua sustentabilidade tem sido um desafio suportado de forma contínua nos esforços empreendidos por diversos atores sociais, dentre eles: instituições públicas ou privadas e o terceiro setor.

No início de 2023, a Diretoria de Economia Criativa da ADEPE - Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco solicitou ao Laboratório O Imaginário da UFPE, a idealização de um projeto de pesquisa com potencial de formatar um panorama do artesanato do estado de Pernambuco. Esse projeto de pesquisa foi pensado em 3 grandes fases: Pesquisa bibliográfica e documental; Pesquisa de Campo e Visitas técnicas aos municípios e por fim; Pesquisa com consumidores durante a realização da 23ª Feira Nacional do Negócio do Artesanato - Fenearte. Esta última fase foi a única contratada e ajustada para a realização do mapeamento do artesanato a partir da realização da 23ª FENEARTE.

O objetivo foi obter uma visão panorâmica do artesanato pernambucano, considerando os contextos e as perspectivas dos artesãos, das associações, das matérias-primas (tipologia), dos mercados e as oportunidades dos territórios. Para realizar tal tarefa foram selecionados os seguintes setores da feira: Artesãos Individuais, Alameda dos Mestres, Programa do Artesanato Brasileiro em Pernambuco (PAB/PE), Prefeituras e Associações, com ênfase nos artefatos categorizados como arte popular e artesanato.

O Laboratório de Design o Imaginário é um laboratório de pesquisa e extensão multidisciplinar, vinculado aos Departamentos de Design e de Cultura da Universidade Federal de Pernambuco, formado por profissionais, professores e estudantes de diversas áreas do conhecimento, que atuam com foco no design como instrumento a serviço da sustentabilidade ambiental, econômica e social. Atua há mais de 20 anos em projetos de pesquisa e extensão, que somam esforços para a inserção do design tanto no âmbito industrial quanto artesanal, para oferecer soluções de design baseadas em pesquisa e que estejam comprometidas com o desenvolvimento sustentável.

Figura 01 – Modelo de atuação.



Fonte: Autores da pesquisa.

As abordagens metodológicas utilizadas pelo Laboratório O Imaginário, tanto no ambiente artesanal quanto no industrial, apontam a relação entre o design e a sustentabilidade a partir de suas especificidades. Em linhas gerais, estas abordagens utilizam a relação entre design e sustentabilidade, tal como argumenta Manzini (2005), em macro dimensões: econômica, produtiva, social e cultural.

As experiências do Laboratório são pautadas no respeito e valorização dos saberes acadêmico e popular levaram à criação de um modelo de atuação que tem como foco a comunidade artesã e está ancorado nos eixos produção, produtos, gestão, design e comunicação. O modelo vem sendo aplicado em comunidades artesanais tradicionais e não-tradicionais em todo o estado de Pernambuco e alguns desses resultados estão discutidos em livros, dissertações, tese e artigos apresentados em congressos que tratam dos temas design, cultura, tecnologia e gestão, vide site [www.oimaginario.com.br](http://www.oimaginario.com.br).

## 2 Contextualização do Projeto: Fenearte

A Fenearte é considerada a maior feira de artesanato da América Latina e ao longo desses 23 anos desempenha um papel singular no fomento e preservação da cultura pernambucana e mais especificamente quando se trata de artesanato e arte popular. A sua relevância é confirmada no Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade, conferido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional em 2019. A 23ª Fenearte cujo tema "*Loiceiros de Pernambuco: arte da terra, poesia das mãos*" homenageou artesãos e artistas populares que lidam com o barro, figura 02 e 03.

A programação da Feira inclui palestras, ações de gastronomia, desfiles de moda, exposições, oficinas, além de apresentação de artistas e grupos de cultura popular e da nova cena pernambucana. Nesta última edição, o Circuito Fenearte foi incluído como uma programação paralela com cerca de 50 novos espaços culturais e gastronômicos em Olinda e Recife.

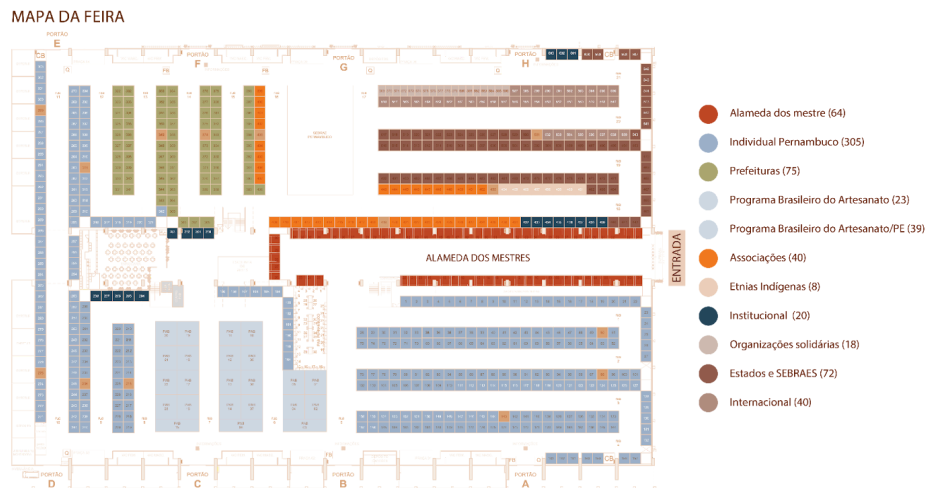
Figuras 02 e 03 – Fachada da Fenearte e Área interna – Alameda dos Mestres.



Fonte: Adepe.

A Fenearte foi planejada para abrigar 784 estandes distribuídos em 27 mil m<sup>2</sup> que contemplaram a Alameda dos Mestres, Artesãos Individual de Pernambuco, Programa Brasileiro de Artesanato (Nacional e Pernambuco), Estados, Associações, Prefeituras, Institucionais, Sebraes, Etnias indígenas, Organizações solidárias, Patrocinadores, Alimentação artesanal e o Setor internacional. Esse número também inclui restaurantes, praças de alimentação, quiosques e *food bikes*, figura 04.

Figuras 04 – Distribuição dos estandes na Fenearte e Planta baixa da feira com a indicação dos estandes.



Fonte: Adepe.

O ordenamento do espaço reservado ao Artesão Individuais de Pernambuco está segmentado por tipologia (matéria-prima), facilitando a orientação do visitante/consumidor nas suas decisões de compra. A parte externa da feira abrigou o Espaço Interferência Janete Costa e as exposições dos artefatos do Salão Arte Popular Ana Holanda, Salão de Arte Religiosa e da Galeria dos Reciclados.

De acordo com os dados fornecidos pela ADEPE, a 23ª Fenearte apresentou os seguinte números totais incluindo os setores Alameda dos Mestres, Individual de Pernambuco, Prefeituras, Associações, Etnias indígenas, Institucional, Estados, Sebrae, Internacional, Solidárias, Patrocinadores e Alimentação Artesanal:

- 784 estandes
- 27 mil m<sup>2</sup> de área total
- 12 dias de realização
- 315 mil visitantes
- 2,5 mil postos de trabalho
- R\$ 52 milhões em movimentação financeira

Este artigo apresenta o processo de pesquisa realizado pelo Laboratório de Design O Imaginário para o mapeamento do artesanato pernambucano a partir do recorte Artesãos Individuais, Alameda dos Mestres, Programa do Artesanato Brasileiro em Pernambuco (PAB/PE), Prefeituras e Associações, com ênfase nos artefatos categorizados como arte popular e artesanato presentes na 23. Fenearte em 2023.

### 3 Fundamentos Teóricos

#### 3.1 Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável

Segundo Buarque (2008), o desenvolvimento sustentável de uma localidade – também chamado de “desenvolvimento local sustentável”- é o resultado de múltiplas ações convergentes e complementares, que abrange cinco dimensões: sustentabilidade social-cultural, sustentabilidade ecológica ou ambiental, sustentabilidade tecnológica, sustentabilidade político-institucional e sustentabilidade econômica.

O autor declara ainda que qualquer estratégia de desenvolvimento local deve se basear em três (03) pilares: 1. Organização da sociedade, combinada com a formação de espaços institucionais de negociação e gestão; 2. Agregação de valor na cadeia produtiva com vantagens locais e; 3. Fortalecimento do setor público local com elevação de eficiência e eficácia da gestão pública local. Para a organização da sociedade, o entendimento é de que o desenvolvimento local depende da capacidade dos atores locais se estruturarem e se mobilizarem, nas suas potencialidades e na sua matriz cultural, para definir e explorar suas prioridades e as especificidades locais.

Nesse sentido, a proximidade dos problemas e interesses locais permite uma maior adequação à realidade, mas é preciso cuidado para não se incorrer em decisões excessivamente localizadas, sem considerar o contexto, distanciando-se de iniciativas estratégicas lideradas por regiões e/ou municípios de maior desenvolvimento. (Sachs, 2007).

Buarque (2008) e Sachs (2007) apontam na mesma direção, ao definirem desenvolvimento local sustentável como processo de mudança social e elevação das oportunidades da sociedade, contabilizando, no tempo e no espaço, três aspectos fundamentais: crescimento e eficiência econômica; conservação ambiental e equidade social, como parte de um compromisso com o futuro, de solidariedade entre gerações. Assim, o desenvolvimento sustentável é um processo que conduz à interseção entre estes três aspectos, elaborado a médio e longo prazo, gerando uma reorientação do estilo de desenvolvimento e redefinindo a base de organização da economia, da sociedade e das suas relações com o meio ambiente natural.

Para Sachs (2007, p.22), o ideário de desenvolvimento sustentável se expressaria por meio de um modelo “socialmente incluyente, ambientalmente sustentável e economicamente sustentado”. Esse entendimento se alinha com o conceito de sustentabilidade definido por Manzini (2008), que implica na construção de uma visão de futuro negociada em diferentes dimensões: a econômica e produtiva, a social e cultural e a da sustentabilidade.

As orientações para a viabilidade econômica e produtiva de uma sociedade sustentável fundamentam-se nas condições necessárias para sua sobrevivência, e assim, a relação entre custo e benefício das práticas produtivas e de consumo deve ser equilibrada para alcançar padrões sustentáveis.

A sustentabilidade social e cultural pretende a melhoria da qualidade de vida, a redução das desigualdades e injustiças sociais e a inclusão social por meio de políticas de justiça redistributivas. Como pano de fundo, a questão ambiental deve ser considerada no sentido de permitir que o ecossistema tenha capacidade de absorver ou se recuperar das agressões derivadas das atividades humanas e assim, alcançar um novo equilíbrio entre as taxas de emissão ou produção de resíduos e as taxas de absorção ou regeneração da base natural de recursos.

Manzini (2008) também aponta, nesse contexto, a existência de comunidades que desenvolvem processos de inovação social ao buscar suprir suas necessidades ou gerar novas oportunidades para o bem comum, e que são denominadas comunidades criativas. Essas comunidades conseguem solucionar problemas ou criar novas oportunidades a partir da criatividade e da reorganização de elementos já existentes, transformando-os em novas combinações significativas.

As inovações sociais são capazes de transformar os padrões de comportamento estabelecidos e de propor novos valores e normas culturais. Um processo de inovação social promove mudanças qualitativas no bem-estar social, resultantes do engajamento das pessoas que compartilham interesses comuns e do fortalecimento do capital humano e social no projeto de soluções capazes de promovê-la. É ligada a soluções que visem melhorar a qualidade dos contextos de vida e por isso, veem as pessoas como possuidoras de necessidades, mas também de capacidades, estimulando-as a usá-las para promover o bem-estar ativo e reforçar o tecido social.

Nesse sentido, aqui são adotadas as definições de capital do Banco Mundial para o apoio de projetos de desenvolvimento social. O capital humano está ligado às aptidões e talentos das pessoas, adicionados ao conhecimento, habilidades e experiências que as tornam economicamente produtivas. O capital social é formado pelos vínculos entre indivíduos e grupos, em conjunto com as normas, conhecimentos e valores compartilhados que facilitam a cooperação entre eles. Segundo Goodland (2002), o capital natural diz respeito aos recursos naturais existentes – terra, água, minerais – que podem ser usados para a produção, e o capital econômico está ligado aos rendimentos decorrentes do investimento em capital físico para a produção de bens.

O entendimento do contexto do artesanato em Pernambuco pode, ancorado nesses argumentos, instrumentalizar ações de estímulo ao desenvolvimento sustentável da atividade e sua replicação para as novas gerações, possibilitando sua continuidade. Essa pesquisa esteve alinhada a essa intenção, a partir do conhecimento da realidade do fazer artesanal no Estado de Pernambuco, ainda que sob o recorte inicial do escopo da Fenearte.

### 3.2 Cultura e Economia criativa

Conceitualmente, a cultura é entendida tanto como uma forma de vida – compreendendo ideias, atitudes, linguagens, práticas, instituições e estruturas de poder, quanto toda uma gama de práticas culturais: formas, textos, cânones, arquitetura, mercadorias produzidas em massa etc. (GROSSBERG, 1995).

Um produto deliberado da mão-de-obra humana é um artefato cultural na medida em que vem sendo construído através de um percurso de sentidos e práticas sociais. O artefato artesanal, um artefato cultural por excelência, não se apresenta apenas como uma invenção para apreciação e fruição dos indivíduos. Antes, torna-se um artefato através do processo em que visto de forma simplificada as etapas da produção, da disseminação, da circulação e do consumo são articuladas para formar uma unidade temporária de análise, pois as necessidades e os desejos são fluídos e inconstantes na modernidade (TABOSA, 2011).

Segundo Du GAY, et all. (1997) analisar a produção de um artefato cultural envolve não apenas o entendimento de como o objeto é produzido tecnicamente, mas como o objeto é produzido culturalmente. Por estarem impregnados de significados, os artefatos artesanais intensificam as visões e as percepções da intangibilidade dos valores simbólicos. Essa intangibilidade deve ser buscada nos conteúdos da identidade cultural, na vinculação direta com

os processos, modos de ser e atuar dos produtores e nas respostas e interferências dos grupos de atores sociais envolvidos.

Neste contexto, assume-se que o artefato cultural durante seu processo produtivo está codificado com certos significados e observam-se como esses estabelecem identificação entre o objeto e seus particulares grupos de consumidores. Slater (2002) afirma que o consumo não é uma mera compra de mercadorias, mas um processo de criação de identidades. Neste contexto, o design assume um papel relevante na articulação dos dois momentos chaves no circuito cultural: a produção e o consumo.

Segundo o ICSID (2023) o Design é uma atividade criativa, que tem o objetivo de estabelecer múltiplas qualidades a objetos, processos, serviços e sistemas por todo o seu ciclo de vida. Contudo, o design é o fator central da inovação humanizadora de tecnologias e um fator crucial de troca cultural econômica. O design busca descobrir e avaliar estruturas, organizações, relações funcionais, expressivas e econômicas, com o objetivo de:

- Aumentar a sustentabilidade global e proteção ambiental (ética global)
- Dar benefícios e liberdade à comunidade humana como um todo, individual e coletivamente.
- Considerar conjuntamente as interações sociais entre os usuários finais, produtores e protagonistas (ética social)
- Apoiar a diversidade cultural apesar da globalização (ética cultural)
- Oferecer produtos, serviços e sistemas, cujas formas sejam expressivas (semiologia) e coerentes com a sua própria complexidade (estética).

As expressões simbólicas da cultura em sentido amplo estão agregadas aos produtos, serviços e manifestações culturais que quando consideradas na arena da economia da cultura adquirem valor dual simbólico e econômico (REIS, 2007). Importante entender que não existe uma definição única da “economia criativa”. Ela é um conceito subjetivo que tem sido moldado no decorrer desta década. Existe, contudo, uma convergência crescente de um grupo central de indústrias criativas e suas interações gerais, tanto em países individuais quanto no nível internacional.

A definição da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) para “economia criativa” é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico. Se concentra no entendimento de que pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo. É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral. É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.

A convergência se dá também no entendimento de que a Economia Criativa se baseia no ciclo econômico de produtos, bens e serviços com valor agregado no simbólico, na cultura, na arte e no empreendedorismo. Foi institucionalizada no Brasil em 2012 com a criação da Secretaria de Economia Criativa, com a seguinte formulação conceitual:

“Contempla as dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de



criação, produção, distribuição, circulação, difusão (disseminação) e consumo/fruição de bens e serviços (artefatos e manifestações culturais) oriundos do setor criativo, cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central na formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica” (GUILHERME, 2012).

Como segmentos de Economia Criativa estão as Artes Plásticas, Artesanato, Blocos Carnavalescos, Comunicação, Design, Festas Populares, Fotografia, Gastronomia, Literatura, Moda, Música, Startups Digitais, Território Criativo e Turismo Criativo. O escopo desta pesquisa enquadrou-se no segmento do Artesanato como objeto de estudo e a Feira Nacional de Negócios do Artesanato - Fenearte como Universo de Pesquisa.

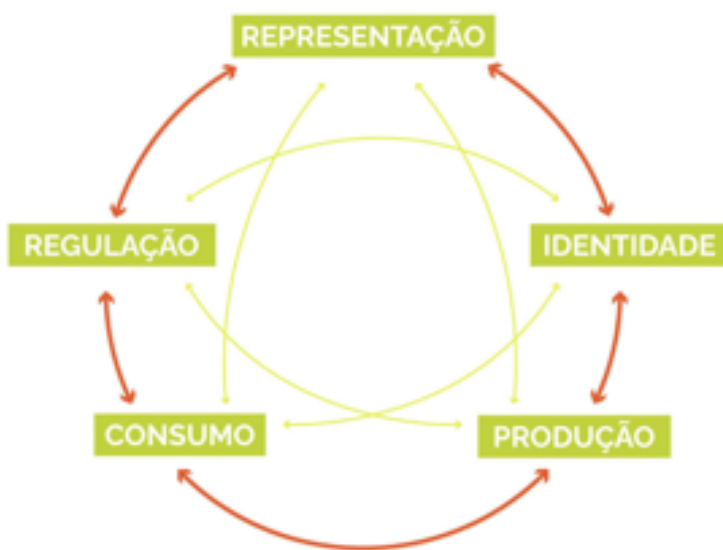
### 3.3 Circuito da Cultura

A visão da cadeia da produção, circulação e consumo dos bens culturais tem suas limitações na medida em que apresenta similitudes com a abordagem da codificação/decodificação de comunicações de mensagens em que prevalece uma visão de linearidade considerando como independentes os aparatos e suas emissões denominados emissor, mensagem e receptor.

Considerando a cultura como sendo composta pelas teias de significados, tecidos pela própria sociedade, os atores sociais individuais ou coletivos - em ação ou inação no campo social dinâmico - adotam um ponto de vista característico da sua posição e de seus interesses específicos e fazem uso dos discursos verbais ou visuais de que dispõem como ferramentas para construção do significado da realidade em disputa, a partir de cada posição em que se encontram no campo da cadeia de produção dos bens culturais (CANANI, 2008).

Em um avanço no processo de construção de conhecimentos baseado na visão dos estudos culturais, Du GAY et.all (1997) afirma que os bens culturais devem ser analisados com base na cultura, especificamente pelo circuito cultural, ou seja, através da articulação dos processos de produção, identidade, representação, regulação e consumo de significados provisórios. Essa articulação se estabelece quando dois ou mais elementos se conectam para formar uma unidade temporária de análise.

Figuras 05 – O circuito da cultura Du Gay (1997).



Fonte: Autores da pesquisa.

A Figura 05 apresenta o circuito da cultura de Du Gay, um modelo teórico que estabelece como e onde a cultura e o poder se entrelaçam para criar significados fazendo circular capitais monetários e simbólicos.

Esta forma articulada de ver o bem cultural está implicada, por exemplo, na análise do processo da produção de um bem, quando se tem que ir além da compreensão dos processos técnicos e padrões econômicos de manufatura, organização e distribuição – envolvendo a compreensão da cultura, das formas de vida, através e dentro das quais o produto é criado e dado significados, como também os sentidos que movem as ações ou inações dos agentes sociais dessas práticas (Du GAY, 1997).

No que concerne ao processo do consumo/fruição de um bem cultural, o mesmo deve ser visto fora da posição de simples reflexo da produção, ultrapassando a análise utilitarista e instrumentalista que constitui o enfoque mais tradicional. O consumo do bem cultural deve ser visto pelas dimensões sociais e simbólicas, fugindo das simplificações e avançando em direção ao renome, distinção, sociabilidade e do gosto da fruição denotando o nível de disponibilidade dos capitais econômicos, sociais e culturais e, pela prática ativa e recorrente, o consumo alavanca o senso de pertencimento o que, por sua vez, implicitamente é uma ponte para a introdução na temática da identidade.

Para Bauman (2001), os estudos culturais, a identidade ou - para ser mais preciso - as identidades culturais dos bens culturais são construtos que, sem negar a existência de passado, sofrem modificações quando reivindicados no presente, ou seja, na visão histórica o passado é reconstituído num processo de contínua reinterpretação.

Na perspectiva dos estudos culturais, a representação é uma prática social importante dentro do processo de construção e troca de significados entre os membros de uma sociedade e, assim, está inserida como um dos momentos do circuito da cultura. A representação se expressa através de uma dimensão do significante, ou seja, um nome, uma referência de fundador, uma marca ou traço material visível como uma marca, um folder, um depoimento de integrantes de uma comunidade produtora, uma apresentação em local especial, temática, um vídeo promocional, um programa na TV ou nas redes sociais etc. (SILVA, 2000).

Outro processo imerso no circuito da cultura é a regulação, o conceito é amplo e pode variar a depender do contexto da análise das oportunidades de comercialização do bem cultural. Em determinadas situações, o conceito de regulação pode remeter a políticas e regulamentos governamentais específicos ou de instituições de renome e credibilidade privadas, com dimensão material, qual seja, conteúdos concretos como são os reconhecimentos de patrimônio imaterial de uma cidade, estado ou país, autenticações de “ típico, qualidade top”, e premiações em concursos nacionais Em outros cenários, o processo da regulação pode referir-se à atuação de regras de conduta social ou moral como é o caso dos cenários institucionalizados e em pouquíssimos casos naturalizadas da economia solidária ou do comercialização justa e a equidade na distribuição dos benefícios entre os participantes da cadeia produtiva do bem cultural (TABOSA, et. al. 2013).

Um ponto de atenção para o analista na ótica dos estudos culturais é a atenção para além da tolerância e da diversidade cultural das implicações envolvidas na naturalização dos significados e da sua respectiva função reguladora, com implicações, por exemplo, na autonomia e autoestima dos participantes.

## 4 Classificação da produção

Nesta pesquisa os conceitos sobre Arte Popular, Artesanato Tradicional e Artesanato Contemporâneo foram retirados do Manual de Inscrição do Artesão Individual de Pernambuco, documento de orientação para submissão de inscrição a Categoria Artesão Individual de Pernambuco na 23ª Fenearte.

A avaliação e seleção das inscrições para compor a feira foi realizada por uma curadoria, composta por vinte (20) pessoas que representam dez (10) Instituições (SINDARPE, Conselho de Política Cultural, Sebrae, UFPE/O Imaginário, Sociedade Civil, Secretaria da Mulher, SECULT/Fundarpe, ProRural, Programa do Artesanato de Pernambuco, ADEPE) observando as definições e critérios descritos no Manual, transcrito na Tabela 01:

Tabela 01 – Definições e critérios descritos no Manual de inscrição da 23ª Fenearte.

TIPOLOGIA	CONCEITO	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO
Arte Popular	<i>Peças que representam a cultura do local a partir da visão de mundo do autor. São, em geral, peças únicas ou produções reduzidas e muitas vezes, utilizadas como referência ou inspiração para outras produções. Seu sentido principal é o da contemplação. Exemplo: Bonecos de Mestre Vitalino, peças de Ana das Carrancas, entre outros.</i>	Referência na cultura popular, Linguagem própria, Qualidade da peça inscrita e do conjunto da obra e Escala de produção
Artesanato Tradicional	<i>Peças que representam os modos de fazer e histórias do local, transmitidos de geração em geração. A produção pode ser partilhada com familiares ou vizinhança, alcançando maiores tiragens. As peças são feitas manualmente ou com a utilização de maquinário que não supera a habilidade manual. As matérias-primas são geralmente de origem local. Exemplos: Rendas, xilogravuras de Bezerros, Santeria de Ibimirim, entre outros.</i>	Tradição, Referência na cultura popular local, Produção coletiva, Qualidade da produção e do Conjunto da obra.
Artesanato Contemporâneo/Não tradicional	<i>Produtos em que o peso da criação do artesão supera as referências tradicionais do local. Os produtos são inovadores, e podem ter apoio de outros profissionais, como designers, arquitetos, etc. Em pequenas tiragens, a sua produção pode ser individual ou coletiva. Difere-se do artesanato tradicional porque as peças têm necessariamente uma expressão contemporânea. Exemplo: Luminárias de tubos de PVC, cestos de fibra mesclados com cordões, entre outros.</i>	Expressão contemporânea, Inovação, Qualidade da produção e do Conjunto da obra e Sustentabilidade foram os critérios utilizados pela curadoria para avaliar os trabalhos inscritos nessa modalidade.

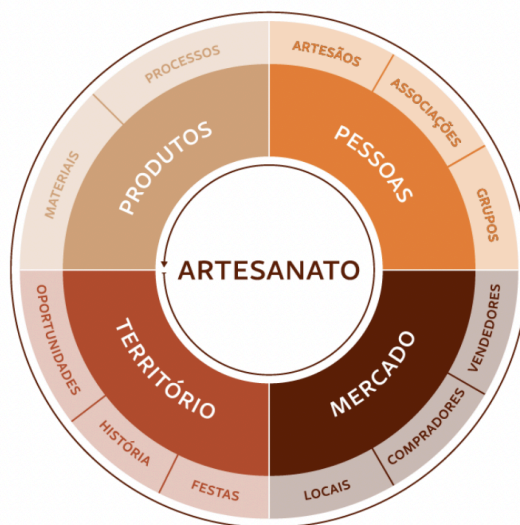
Fonte: Fenearte (2023).

## 5 Desenho da pesquisa

A base conceitual adotada nesta pesquisa apontou a necessidade de compreender o artesanato, a partir das perspectivas das pessoas, mercado, territórios e produtos estabelecendo as relações dos seus diversos contextos, figura 06.

No modelo do mapeamento, quando se refere às *pessoas* estão relacionadas questões voltada para os artesãos, as formas como se juntam para produzir em associações, cooperativas e ou mesmo na informalidade de grupos. Na perspectiva do *mercado*, os aspectos abordados buscaram identificar os locais de comercialização; o público alvo comprador e a rede de vendedores. O *território* foi analisado através do reconhecimento das oportunidades; história e festas que fortalecem o espaço onde está localizado o artesanato. Por fim, sobre o *produto* foram analisados os aspectos relativos à matéria prima, os processos de fabricação e a natureza do produto propriamente dito (se decorativo, utilitário, religioso, etc).

Figuras 06 – Representação da lógica da pesquisa.



Fonte: Autores da pesquisa.

## 5.1 Pesquisa bibliográfica

As Pesquisas primárias são rarefeitas em nosso país, o que justifica consultar até aquelas mais antigas, desde que tragam ideias inspiradoras, como é o caso do Manual de Coleta Folclórica da Comissão Nacional de Folclore (1965). A base conceitual desta pesquisa está indicada nas referências bibliográficas, entretanto, é importante ressaltar que para a construção da pesquisa de campo e para elaboração dos formulários foram realizadas consultas para identificar as melhores práticas no Brasil e no Exterior (Etienne-Nugue, 1994; Agusti, 2001; Arcoverde, 2013; Pêgo E Miranda, 2014; Andrade E Cavalcanti, 2020; Hernández, 2020; Rede De Artesanato Brasileiro, 2022; Fundesarte, 2022; Artesol, 2023).

Em âmbito internacional, foram consultadas as pesquisas: Artesanías de Colombia, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías Mexicanas - FONART (2023) e o Guia Metodológico da UNESCO (1994) . Em âmbito nacional, as pesquisas realizadas pelo SEBRAE (2013, 2015), Itaú Cultural (2012), Centro CAPE - MG (2001, 2010) foram os trabalhos mais recentes encontrados.

Como recorte local, foram consultadas as oito (08) últimas pesquisas realizadas pelo Laboratório O Imaginário com financiamento do Funcultura: 1. Modelo da Análise da Cadeia Produtiva do Artesanato – Fase I – Cerâmica e Cestaria (2012); 2. Mapeamento do Artesanato em Cerâmica do Espaço Mauriti – Cabo de Santo Agostinho - PE (2013); 3. Modelo da Análise da Cadeia Produtiva do Artesanato – Fase II – Tapeçaria e Bordados (2013); 4. Modelo da Análise da Cadeia Produtiva do Artesanato – Fase III - Reciclados (2014); 5. Mestres do Artesanato em Fibra: Mapeamento e Catalogação de Mestres do Artesanato em Fibra de Cana Brava Ponta de Pedras - Goiana - PE (2017); 6. O Consumidor na Cadeia Produtiva do Artesanato da Cerâmica (2018); 7. Mapeamento das Mestras Artesãs de Belo Jardim (2019); 8. O Consumidor na Cadeia Produtiva do Artesanato da Madeira (2020).

## 5.2 Planejamento dos Formulários Digitais

As perguntas foram organizadas em categorias como: dados socioeconômicos, comunicação, produção e mercado. As questões combinavam os estilos fechadas, abertas, mistas e múltipla escolha. O formato adotado foi o formulário digital, aplicado por meio do smartphones com os grupos: artesãos (individual pernambuco, PAB-PE e mestres), associações e as prefeituras. O formato adotado para os Formulários foi o CognitoForms, acessado nos *smartphones* dos pesquisadores.

A pesquisa reconheceu o perfil socioeconômico do artesão, informações sobre o produto, o território e o mercado em que está inserido. Uma vez que o recorte da pesquisa se ateu à Arte Popular e ao Artesanato (tradicional e não tradicional), objeto da pesquisa, foram excluídos os artefatos classificados como: trabalhos manuais, design artesanal, moda e acessórios artesanais. Os formulários foram aplicados nos setores: Artesãos individuais, Alameda dos mestres, Programa do Artesanato Brasileiro /PE, prefeituras e associações, com ênfase nos artefatos categorizados como arte popular e artesanato.

Tabela 02 – Total de Stands, Recorte previsto de entrevistas da pesquisa e Total de entrevistas realizadas durante a 23ª Fenearte.

	Total	Recorte	Realizados
Alameda dos Mestres	64	64	57
Artesão Individual Pernambuco	305	150	117
Programa Brasileiro de Artesanato/PE	39	39	31
Associações	40	40	30
Prefeituras	75	71	71
<b>TOTAL</b>	<b>523</b>	<b>364</b>	<b>306</b>

Fonte: Fenearte (2023).

## 5.3 O Formulário para o artesão Individual

Esse formulário intitulado "Artesãos Individuais" foi aplicado nos setores dos artesãos individuais de Pernambuco; Alameda dos mestres e PAB/PE. O bloco sobre os aspectos socioeconômicos continha vinte e quatro (24) perguntas: dados pessoais (estado civil, grau de instrução, etc.), moradia e renda média mensal. Um outro bloco direcionado aos aspectos de produto e produção continha quinze (15) perguntas, e neste caso, a ênfase era dada às peças escolhidas pelos artesãos respondentes.

As questões abordaram desde o tratamento, a obtenção da matéria-prima, a forma de produção, o aproveitamento de resíduos e até as modificações do seu portfólio ao longo do tempo. Havia perguntas direcionadas ao sentimento do artesão quanto à participação em cooperativas ou associações.

No propósito de compreender as semelhanças e diferenças entre os mestres e os artesãos, um bloco de nove (9) perguntas foram incluídas para compreender aspectos da sua trajetória dos mestres; o tempo dedicado à profissão; com quem aprendeu o ofício; os reconhecimentos e títulos recebidos, além das capacitações já realizadas ou aquelas desejadas.

Os aspectos de comunicação e a relação do artesanato com as redes sociais foram abordados em quatro (4) perguntas que buscaram identificar as redes mais usadas para divulgar e vender o seu trabalho. Essa seção foi uma oportunidade para entender as dificuldades no uso dos recursos digitais.

As últimas nove (9) questões relacionadas ao mercado buscaram identificar os locais e formas de venda, a função e a forma de venda da peça mais vendida. Através do estilo de múltipla escolha foi possível buscar sugestões de melhorias para o artesanato. E ao final, uma pergunta aberta e desafiadora foi apresentada: *"Se você fosse prefeito do seu município, o que você faria para fortalecer o artesanato?"*.

#### **5.4 O Formulário para Associações e Cooperativas**

O objetivo da pesquisa nos stands das associações e cooperativas tinha como propósito, mesmo que preliminarmente, reconhecer o perfil da instituição. Nesse sentido, um único bloco de dez (10) perguntas foi elaborado para identificar: o tempo de criação, tipos de apoios, quantidade de associados e tipos de produtos e matérias-primas.

#### **5.5 O Formulário para as Prefeituras**

As perguntas desse grupo visavam compreender o envolvimento e nível de organização das prefeituras a fim de incentivar o artesanato e a cultura. Um bloco de quinze (15) buscavam identificar: a(s) secretaria(s) da gestão municipal responsável pelo setor, os tipos de incentivos, principais parceiros e a implementação do Sistema Municipal de Cultura. Foi também uma oportunidade para identificar aproximações com o segmento do turismo e da cultura, identificando e procurando sinergias com a gastronomia, os folguedos entre outras manifestações culturais.

#### **5.6 Seleção e Treinamento da equipe**

Uma equipe de pesquisa formada por dois (02) profissionais (mestres em Design), (02) dois estudantes de pós-graduação em Design e quatro (04) estudantes de graduação em Design que participaram de reuniões para compreender o objetivo e os aspectos estratégicos do projeto, entender a importância da forma de abordagem ao respondente e o papel do pesquisador para o bom desempenho da atividade.

As atividades de treinamento foram realizadas de forma remota, através de sessões de videoconferência, e presencial, nas instalações do Laboratório O Imaginário em Recife.

As versões dos três (03) formulários foram vivenciadas com os pesquisadores contratados para que as experiências fossem relatadas e discutidas visando a implementação de eventuais modificações tanto na formulação e na ordem das perguntas, quanto no tipo de preenchimento das respostas.

O processo de treinamento foi finalizado com a apresentação e validação das versões finais dos formulários; o estabelecimento das regras do controle de qualidade; bem como os procedimentos operacionais para a aplicação dos formulários.

## 5.7 Aplicação do teste piloto e dos formulários

O teste piloto de validação dos procedimentos operacionais para aplicação dos formulários foi realizado no dia da abertura da feira, em 05 de julho de 2023. Os pesquisadores foram divididos para atuar nos setores alvo, sendo que cada equipe era composta por pelo menos um membro da equipe técnica do Laboratório de Design O Imaginário.

Figuras 07 – Equipe de pesquisadores.



Fonte: Autores da pesquisa.

Figuras 08 – Equipe de pesquisadores com os artesãos e Equipe de pesquisadores em reunião no mezanino do Centro de Convenções.



Fonte: Autores da pesquisa.

## 5.8 Ferramentas para Análise dos Dados

Os dados quantitativos foram exportados em extensão xls. e a tabulação foi realizada em software Excel® da Microsoft. As respostas das perguntas fechadas, mistas e de múltipla escolha

foram tratadas pela função de contagem condicional (CONT.SES; MÉDIASES e SOMASES) para estabelecer relações entre as perguntas do formulário. Já os dados qualitativos brutos foram tratados a partir do método de análise de conteúdo que consiste em reconhecer a frequência de falas, seguida do agrupamento ou caracterização por afinidades de respostas (Bardin, 2016).

A ferramenta para visualização de dados foi usada como estratégia de tradução de dados numéricos em uma representação visual mais fácil de perceber. A ferramenta forneceu uma forma visual para que os tomadores de decisão pudessem identificar as relações entre os dados e detectar padrões e tendências. Nesta pesquisa, o software Illustrator® da Adobe foi usado para gerar as ilustrações de forma a destacar os contrastes e dar legibilidade aos dados mais significativos identificados na pesquisa.

## 6 Resultados

### 6.1 Exercício da pesquisa – Territórios Passira e Tracunhaém

Tentar reconhecer o perfil predominante do artesão em dois territórios distintos, com tipologias diferentes, utilizando os dados obtidos na pesquisa foi um exercício que ajudou a validar a lógica da pesquisa e do formulário utilizado. A escolha dos municípios foi definida pela importância de Tracunhaém para o artesanato em barro, Passira por sua vez revela um grande contingente de pessoas envolvidas com artesanato em renda e principalmente com o bordado. A seguir, estão apresentados o perfil predominante do artesão dos respectivos municípios.

### 6.2 Perfil predominante do artesão de Passira

A artesã em Passira é mulher (100%), com escolaridade do ensino médio (38%), de raça parda (46%) e casada (69%). A média das idades é 56 anos e lidam com artesanato, em média, há 34 anos. Estas artesãs têm renda predominante entre um e dois mil reais (46%), sendo majoritariamente residentes na área Urbana (85%). A produção do bordado é predominante (84%), envolvendo um quantitativo de 16 pessoas em média na cadeia produtiva, sendo que apenas duas destas pessoas são parentes. Outras 54% declararam trabalhar sozinhas.

Estas artesãs são cadastradas no Sicab (92%), mas não possuem MEI (76%). Costumam trabalhar apenas meio-período (77%) e mais da metade delas (54%) já realizou cursos de aperfeiçoamento ou capacitação.

A principal função declarada dos produtos é o vestuário (54%), vendido prioritariamente para o consumidor final (85%) em vendas presenciais (85%). A cidade de Passira tem apenas uma representante na Alameda dos Mestres (2%). A secretaria municipal que gerencia o artesanato é a de Turismo e Cultura. Em termos de Sistema de Cultura, a cidade já declara contar com plano municipal, conferência e conselho, restando implementar o fundo de cultura. A manifestação cultural predominante são os violeiros. Já as principais festas são: Nossa Senhora da Conceição, do milho e do bordado.

### 6.3 Perfil predominante do artesão de Tracunhaém

O artesão de Tracunhaém é predominantemente masculino (66%), com escolaridade do ensino médio (50%), de raça parda (44%) e casado (50%). A média das idades é 45 anos, com uma trajetória média no artesanato de 27 anos. A produção da cerâmica é a mais significativa da cidade, com predominância de 93% dos respondentes. Este artesanato envolve uma média de 3,7 pessoas na cadeia produtiva, sendo que 43% (ou 1,63 pessoas) têm algum grau de parentesco. A faixa de renda majoritária (63%) está dividida entre até mil reais (34%) e até dois mil reais (25%), e



94% dos respondentes estão localizados na área urbana. A forma de organização do trabalho é o núcleo familiar (44%).

Todos os artesãos pesquisados informaram estar registrados no Sicab enquanto a maioria (78%) também não são cadastrados como MEI. A jornada de meio-período é mais recorrente (66%) e mais da metade deles (72%) não declarou ter realizado cursos de aperfeiçoamento ou capacitação.

A maior parte das respostas sobre função dos produtos apontou para o decorativo (57%). Sobre os formatos de venda, o prevalente é a venda on-line (63%), destinada à lojistas (69%).

O município de Tracunhaém conta com sete representantes na Alameda dos Mestres (12%). A secretaria municipal que gerencia o artesanato é a de Turismo e Cultura. Quando se fala sobre o Sistema de Cultura, a cidade declara contar com fundo municipal, conferência e conselho, restando implementar o plano de cultura. As manifestações culturais destacadas são: Coco, Maracatu de Baque Solto e Caboclinhos. O evento emblemático é a festa Santo Antônio, padroeiro da cidade.

## 7 Conclusões

A pesquisa intitulada ***Fenearte: uma oportunidade de mapeamento do artesanato pernambucano*** permitiu, com dados qualitativos e quantitativos, construir uma visão panorâmica do artesanato do estado de Pernambuco. Por outro lado, o exercício da pesquisa aplicada nos municípios de Tracunhaém e Passira validou o seu potencial, facilitando o reconhecimento do perfil do artesanato com foco em realidades locais.

Tal base de dados encoraja a criação futura de um sistema de informação com potencial de compartilhamento e atualização de informações e, ao mesmo tempo, instiga o aprofundamento das investigações, buscando sinergias entre diferentes parceiros, interação entre áreas de atuação e diversas manifestações culturais.

Ampliação da pesquisa, observando a lógica utilizada, sinaliza o seu potencial para o reconhecimento de especificidades e relações que se estabelecem nos territórios, entre atores envolvidos (artesãos, gestores e especialistas), os materiais e técnicas de produção e os mercados que constituem o universo do artesanato.

Tais informações são imprescindíveis para a compreensão dos contextos e fundamentam o planejamento e a implementação política públicas para o desenvolvimento do artesanato, em especial quando se busca o seu impacto no desenvolvimento local e na sustentabilidade.

## 8 Referências

ANDRADE, Ana maria Queiroz; CAVALCANTI, Virginia Pereira(Coord). **Laboratório O Imaginário: uma trajetória entre design e artesanato**. Recife: Zoludesign, 2020.

ARCOVERDE, Ana Cristina. **Metodologias qualitativas em Pesquisa Social**. Recife: Editora Universitária UFPE, 2013.

ARTESOL. **Relatório de atividades de 2022**. São Paulo: Artesol, 2023.

AUGUSTI, Luis B. **Economia de cultura: una reflexión clave latinoamericana. Investigación realizada para la oficina para Europa Del BID Banco Interamericano de Desarrollo**. Barcelona,

España: BID, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BAUMAN, Zygmund. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro, Brasil: Zahar, 2001.

BRASIL, Ministério da Cultura. **Plano Setorial para as culturas populares**. Brasília: MinC, 2012.

CANANI, Aline S. **De bonecas, bordados e flores: investigações antropológicas no campo do artesanato em Brasília**. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília – Departamento de Antropologia – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Brasília, Brasil, 2008.

CAPE - Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao Empreendedor. **Cadeia Produtiva do Artesanato**. Belo Horizonte: Centro CAPE, 2001.

CAPE - Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao Empreendedor. **Pesquisa com Artesãos Participantes da 23ª Feira Nacional de Artesanato (Mãos de Minas)**. Belo Horizonte, 2010.

CEARÁ, Fundação Instituto de Planejamento do Ceará. **Subsídios para uma Política de Artesanato no Estado do Ceará**. Fortaleza: Instituto de Planejamento do Ceará, 1986.

DU GAY, Paul du; HALL, James; MACKAY, Linda; NEGUS, Keith. **Doing Cultural Studies: The story of the Sony Walkman**. The Open University. London: SAGE Publications, 1997a.

DU GAY, Paul. **Productions of cultures/cultures of productions**. London/ UK: SAGE Publications, 1997b.

ETIENNE-NUGUE, Jocelyne. **Artesanía: guía metodológica para la captación de información**. Paris: UNESCO, 1994.

FONART - Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías Mexicanas. **Reglas de Operación e Informe Anual de Actividades 2022**. Mexico City: FONART, 2023.

FUNDESARTE. **Promoción del sector artesano en España**. Madrid: Fundesarte, 2022.