

Diálogos entre Moda, Arte e Cultura



Natalia Colombo
(Organizadora)

Diálogos entre Moda, Arte e Cultura



Natalia Colombo
(Organizadora)

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Karine de Lima
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobom – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

| Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG) | |
|---|--|
| D536 | Diálogos entre moda, arte e cultura [recurso eletrônico] / Organizadora Natalia Colombo. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-898-4 DOI 10.22533/at.ed.984192312 1. Moda e arte. 2. Cultura. I. Colombo, Natalia. CDD 391.009 |
| Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422 | |

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

“Diálogos entre Moda, Arte e Cultura” intenciona articular pesquisas realizadas em diferentes regiões e Instituições de Ensino Superior do Brasil, em uma abordagem histórico-contemporânea de fenômenos sociais observados nos contextos culturais analisados.

Os primeiros textos tratarão de conceituar e delinear aspectos sobre cultura, relações psicossociais, aspectos simbólicos da roupa e seus reflexos na contemporaneidade. As relações de poder estabelecidas através do uso (ou proibição de uso) de itens do vestuário, as perspectivas simbólicas estabelecidas no consumo e os novos panoramas nas relações entre gênero e a roupa; são alguns dos temas abordados.

Na sequência, apresentamos referências normativas do estudo e aplicabilidade da abordagem acadêmica, relacionando o ensino do design á benefícios aplicáveis em comunidade: as novas perspectivas no cenário da colaboração e cooperação, a expansão das possibilidades de aproveitamento de recursos materiais e humanos, apontam para novas noções no entendimento de produção e consumo – um diálogo necessário.

As narrativas da propaganda em conjunção aos aspectos da roupa como meio comunicativo norteiam três textos dedicados a esboçar, através de uma perspectiva histórica, heranças que permeiam nossos entendimentos referentes ao poder, ao feminino e ao luxo e elegância. Sem correr o risco de propor uma abordagem anacrônica, verificar e interpretar práticas observadas ao longo da história colabora na compreensão das, aparentemente, novas condutas notadas no presente: invariavelmente acumulamos uma série de significados e estabelecemos um legado balizado por valores cunhados na tradição.

Os aspectos artísticos da moda são apresentados ao longo dos três últimos capítulos: compreender como instituímos no figurino narrativas que complementam produções artísticas colabora na concepção da roupa como potencial comunicador e do consumo como expressão identitária. Valer-se de um canal ‘superficial’ (não no sentido de ser leviano, mas por ser aparente e estar em evidência) como a roupa para estabelecer interações sociais em diversos níveis, é relevante na medida em que nos propomos a compreender nossas transmissões culturais.

Á Atena Editora agradecemos o espaço frutífero para a articulação e divulgação da pesquisa científica e aos que chegaram até este material, desejamos uma excelente leitura!

Natalia Colombo

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| CAPÍTULO 1 | 1 |
| ENSAIO SOBRE ROUPA E DOMINAÇÃO A PARTIR DA NOÇÃO DE CULTURA DE PAULO FREIRE | |
| Camila Maria Albuquerque Aragão | |
| Manuel Tavares | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923121 | |
| CAPÍTULO 2 | 10 |
| DESIGN DE MODA E AS RELAÇÕES DE PRAZER PROVOCADOS PELO VESTUÁRIO | |
| Juliana Bononi | |
| Cassia Leticia Carrara Domiciano | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923122 | |
| CAPÍTULO 3 | 19 |
| O ESVAZIAMENTO E A TRANSFORMAÇÃO SIMBÓLICA DA CALÇA COMPRIDA | |
| Camila Maria Albuquerque Aragão | |
| Carla Moura Ferreira | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923123 | |
| CAPÍTULO 4 | 29 |
| DE À LA GARÇONNE A LAGERFELD DO LEGADO ANDRÓGINO DE CHANEL AO NÃO-GÊNERO ATUAL | |
| Mônica Abed Zaher | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923124 | |
| CAPÍTULO 5 | 38 |
| A REPRESENTAÇÃO GRÁFICA E O SISTEMA DE PROJEÇÃO APLICADOS NO DESIGN DE MODA | |
| Marly de Menezes | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923125 | |
| CAPÍTULO 6 | 46 |
| ESPAÇO COLABORATIVO DE MODA SOB A ÓTICA DE AMBIENTES DE TRABALHO CONTEMPORÂNEOS | |
| Maria Julia de Lima dassoler | |
| Felipe Kanarek Brunel | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923126 | |
| CAPÍTULO 7 | 53 |
| A TECIDOTECA IFSUL CAVG: UM ESPAÇO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO | |
| Aline Maria Rodrigues Machado | |
| Luise Anita Wulff Al-Alan | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923127 | |
| CAPÍTULO 8 | 63 |
| O ARTESANATO NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA – RS: DESIGN E SUSTENTABILIDADE | |
| Ana Mery Sehbe de Carli | |
| Gilda Eluiza de Ross | |
| Roberta Haefliger Martins | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923128 | |

| | |
|--|------------|
| CAPÍTULO 9 | 80 |
| UPCYCLING NO SEGMENTO DE MALHARIA RETILÍNEA | |
| Ana Paula Gentile | |
| Francisca Dantas Mendes | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923129 | |
| CAPÍTULO 10 | 90 |
| PROPAGANDA ATRELADA À MODA NO PERÍODO ELISABETANO: ANÁLISE DE DOIS RETRATOS | |
| Rafaella Fernanda Lucera dos Santos | |
| Maria Antonia Benutti | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231210 | |
| CAPÍTULO 11 | 98 |
| MODA FRANCESA EM PORTUGAL: TRAJES E ADEREÇOS COMO SINAIS DE DISTINÇÃO DE CLASSE SOCIAL, PODER E PERSONALIDADE EM OS MAIAS (1888), DE EÇA DE QUEIROZ (1845-1900). | |
| Denise Rocha | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231211 | |
| CAPÍTULO 12 | 116 |
| A LINGUAGEM CONSTRUTIVISTA E A IMAGEM FEMININA NA PROPAGANDA DE MODA DA UNIÃO SOVIÉTICA | |
| Tamires Moura Gonçalves Leite | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231212 | |
| CAPÍTULO 13 | 125 |
| O DESIGN DE MODA NA NARRATIVA DO FILME O GRANDE HOTEL BUDAPESTE: O PAPEL DAS CORES NO FIGURINO | |
| Taciane Biehl Duarte | |
| Andréa Schieferdecker | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231213 | |
| CAPÍTULO 14 | 139 |
| TRAJE DE CENA: A POÉTICA DA LOUCURA NOS FIGURINOS DO CRUOR ARTE CONTEMPORÂNEA | |
| Surama Sulamita Rodrigues de Lemos | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231214 | |
| CAPÍTULO 15 | 147 |
| TRAJES PARA CENA: A ABORDAGEM DOS TRAJES NO CINEMA DE ALMODÓVAR E DA INDUMENTÁRIA DE FRIDA KAHLO NO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE FIGURINOS DO CRUOR ARTE CONTEMPORÂNEA | |
| Surama Sulamita Rodrigues de Lemos | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231215 | |
| SOBRE A ORGANIZADORA | 161 |
| ÍNDICE REMISSIVO | 162 |

O ARTESANATO NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA – RS: DESIGN E SUSTENTABILIDADE

Ana Mery Sehbe de Carli

Universidade de Caxias do Sul
Caxias do Sul - RS

Gilda Eluiza de Ross

Universidade de Caxias do Sul
Caxias do Sul - RS

Roberta Haefliger Martins

Universidade de Caxias do Sul
Caxias do Sul - RS

THE HANDCRAFTS IN THE CAMPOS
DE CIMA DA SERRA - RS: DESIGN AND
SUSTAINABILITY

ABSTRACT: The present article is part of a research that is going on about the handicraft of the Região dos Campos de Cima da Serra (RS). The research attend the interests of two research groups of the UCS, that has as interface, lines of investigation on sustainability. Both are registered in the CNPq research groups. The first “Interdisciplinarity, cities and sustainable development of the environment”, integrates the post-graduation strito sensu of the Law`s Center, the second “Design, sustainability and technology”, belongs to the Center of Arts and Architecture, more specially to the Fashion Design course.

KEYWORDS: sustainability; Design; Crafts; Training; qualification.

1 | ASPECTOS GERAIS DA REGIÃO

O presente artigo tem por objetivo fazer um mapeamento do artesanato na região dos Campos de Cima da Serra - RS, e estudar sua potencialidade como produto de mercado com design e identidade, para a geração de trabalho e renda para cidadãos e cidadãs. A região constitui o Conselho Regional de Desenvolvimento (Lei nº 10.283, Decreto nº

RESUMO: O presente trabalho é parte de pesquisa realizada sobre o artesanato da Região dos Campos de Cima da Serra (RS) atendendo aos interesses dois grupos de pesquisa da UCS, devidamente cadastrados no CNPq, que tem como interface linhas de pesquisa voltadas para a sustentabilidade. O primeiro – Interdisciplinaridade, cidades e desenvolvimento sustentável do meio ambiente, integra a pós-graduação strito sensu do curso de Direito e o segundo Design, sustentabilidade e tecnologia, ligado ao Centro de Artes e Arquitetura, mais especialmente ao curso de Design de Moda.

PALAVRAS CHAVE: sustentabilidade; design; artesanato; capacitação e qualificação.

35.764), COREDE Campos de Cima da Serra e juntamente com o COREDE Serra e COREDE das Hortênsias integra a Região Funcional 3, a RF3, do Plano Plurianual 2016-2019, do Governo do Estado do Rio Grande do Sul. (Cadernos de Regionalização, RF3, 2016, p.21).

O COREDE Campos de Cima da Serra engloba dez municípios: Vacaria, Bom Jesus, Ipê, São José dos Ausentes, Campestre da Serra, Esmeralda, Monte Alegre dos Campos, Muitos Capões, Pinhal da Serra e André da Rocha. O território é formado por uma planície elevada, com altitudes que variam entre 900 e 1.400 metros acima do nível do mar, a maior altitude do Rio Grande do Sul (KRONE, 2009). É localizado no extremo nordeste do Estado e faz divisa ao norte com Santa Catarina, a vegetação predominante é o campo, com presença de araucárias.

A Agropecuária predomina na região como fonte econômica. A produção agrícola é bem diversificada e os principais produtos são: milho, trigo, soja, maçã, uva e pêssego. Recentemente, outros cultivos mais adaptados às condições de solo e ao regime de chuvas têm demonstrado bom desempenho, como morango, mirtilo, physalis, amora, framboesa, alcachofra, produção de mudas e a própria vitivinicultura (Bertê et al, 2016, p.138). A pecuária, desde os primórdios, dedica-se a criação de bovinos de corte e de leite.

Mapa da Região Funcional 3 - RF3

Fonte: Cadernos de regionalização – RF3, 2016, p.21

A Indústria tem pouca participação no COREDE Campos de Cima da Serra e está concentrada em Vacaria, que é o primeiro PIB da região e situa-se entre os 50 maiores PIB do Estado. (Cadernos de regionalização, 2016, p.22 e 24).

O Turismo se apresenta como potencialidade na Região, embora seja prejudicado pela infraestrutura de transportes. As promissoras atrações são os canyons dos Aparados da Serra (São José dos Ausentes), cultura dos antigos tropeiros (Vacaria) e Hidroelétrica de Barra Grande (Pinhal da Serra). Vale notar que essas atrações estão situadas próximas de municípios turísticos já consolidados do COREDE Serra (Bento Gonçalves) e do COREDE Hortênsias (Gramado, Canela e Cambará). (Bertê et al, 2016, p.113 e 138).

Anotadas algumas características da região completamos a introdução trazendo objetivos do Plano Plurianual 2016-2019 do Governo do RS, que elencou diversos programas de desenvolvimento para a Região Funcional 3 – RF3 e seus respectivos COREDEs: Serra, Hortênsias e Campos de Cima da Serra. O programa em questão é: Emprego, Trabalho e Renda, que inclui ação específica para o objeto deste artigo, ou seja, desenvolvimento do artesanato como geração de trabalho e renda. Os objetivos desta ação são:

Apoiar a organização do trabalho artesanal no RS, habilitar o artesão para o exercício

da profissão, emitir a carteira profissional, registrar no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB), apoiar a realização e participação em feiras municipais, estaduais, nacionais e internacionais de artesanato. Revitalizar Casas do Artesão e expandir onde não existe. Disponibilizar um canal pela internet para comercialização de produtos artesanais. Efetuar a qualificação profissional do artesanato, priorizando regiões em desenvolvimento e em condição de vulnerabilidade social. (Cadernos de regionalização – RF3, 2016, p.83).

O Plano Plurianual 2016-2019 bem assinalou através dos objetivos apresentados a importância do artesanato para os COREDEs do RF3, pois esta atividade além de interagir com o Turismo que tem grande potencial de desenvolvimento amplia fontes de renda local evitando migração para centros metropolitanos, e ainda mantém e renova bens culturais preservando a identidade. Mas é preciso como bem sinalizado nos objetivos “efetuar a qualificação do artesanato”.

Segundo Venzon, Rela e Manfredini (2012) antes dos imigrantes chegarem à Serra Gaúcha e arredores, as terras eram percorridas por tropeiros e ocupadas por índios e bugres. A convivência dos nativos com exploradores e imigrantes permitiu a miscigenação e a construção de uma nova cultura. Negociantes, pequenos produtores e artesãos compartilharam conhecimentos e tradições do fazer manual, facilitando suas vidas cotidianas com objetos utilitários e também estéticos.

Portanto os valores culturais e de identidade precisam estar presentes no artesanato contemporâneo. Saber resgatar esta cultura da miscigenação para explorar os diferenciais que agregam valor de mercado ao artesanato é um trabalho que pode ser desenvolvido com a integração de designers e artesãos.

Cabe ressaltar que o artesanato, considerando a base conceitual explicitada na portaria No 29, de 5 de outubro de 2010 da Secretaria de Comércio e Serviços Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (Diário Oficial da União, seção 1, Nº 192, 06/10/2010, p.100,), não pode abrir mão da identidade cultural, e menos ainda da característica própria e criativa que reflete a personalidade do artesão e a relação deste, com o contexto sociocultural do qual emerge. Assim na próxima seção serão esclarecidos alguns conceitos para o fundamento deste trabalho.

2 | O ARTESANATO: CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS

O artesanato é uma atividade criativa que favorece o trânsito através de vertentes culturais distintas, portanto, as técnicas que se diferenciam de acordo com a cultura, o estilo de vida do local e as matérias-primas disponíveis para a produção, tornam o artesanato mais rico, mais vivo e impregnado de uma identidade regional. O Artesanato, segundo Art. 4º da portaria No- 29, de 5 de outubro de 2010 da Secretaria de Comércio e Serviços, MDIC, é assim conceituado:

Artesanato compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural

(possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios.

Na publicação do IBGE Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros, Cultura (2014), a atividade artesanal está definida como a atividade produtiva caracterizada como trabalho preponderantemente manual, realizada por artesão cujo conhecimento e modos de fazer estão enraizados no cotidiano das comunidades. E, sua finalidade pode ser utilitária ou artística.

Aguiar (2012) alerta para o “alto potencial de geração de renda e trabalho do artesanato, merecendo políticas de desenvolvimento sustentável, associadas a projetos sociais e de desenvolvimento turístico”.

Segundo Borges (2011), “o lugar do artesanato na sociedade contemporânea está se expandindo”, pois o que passa a contar é “a capacidade dos objetos de aportar aos usuários valores que vêm sendo mais reconhecidos recentemente, como calor humano, singularidade e pertencimento”. Assim o artesanato deve, além dos aspectos sociais de geração de renda e atendimento de comunidades de risco, agregar valores de mercado como identidade, cultura, criatividade e certamente qualidade.

O artesanato é “a atividade cultural de maior ocorrência nos municípios brasileiros” (BORGES, 2011). Conforme a Pesquisa de Informações Básicas Municipais, realizada em 2014 pelo IBGE, o artesanato está presente em 78,6% dos municípios como atividade econômica (Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros, Cultura 2014, p.22). Segundo Manual de Orientação do Artesanato Gaúcho (2015, p.5), há no Rio Grande do Sul mais de 84 mil artesãos profissionais ativos, com renda média de um salário mínimo mês e com volume anual acumulado de vendas superior a 45 milhões de reais.

No cenário nacional são significativos os indicadores que constam na publicação do IBGE – Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros, Cultura 2014, sobre o desempenho cultural dos diversos estados brasileiros.

Na Tabela 1 a seguir, podemos observar 19 tipos de atividades artísticas desenvolvidas nos Brasil e o seu desempenho no período de 2006 a 2014.

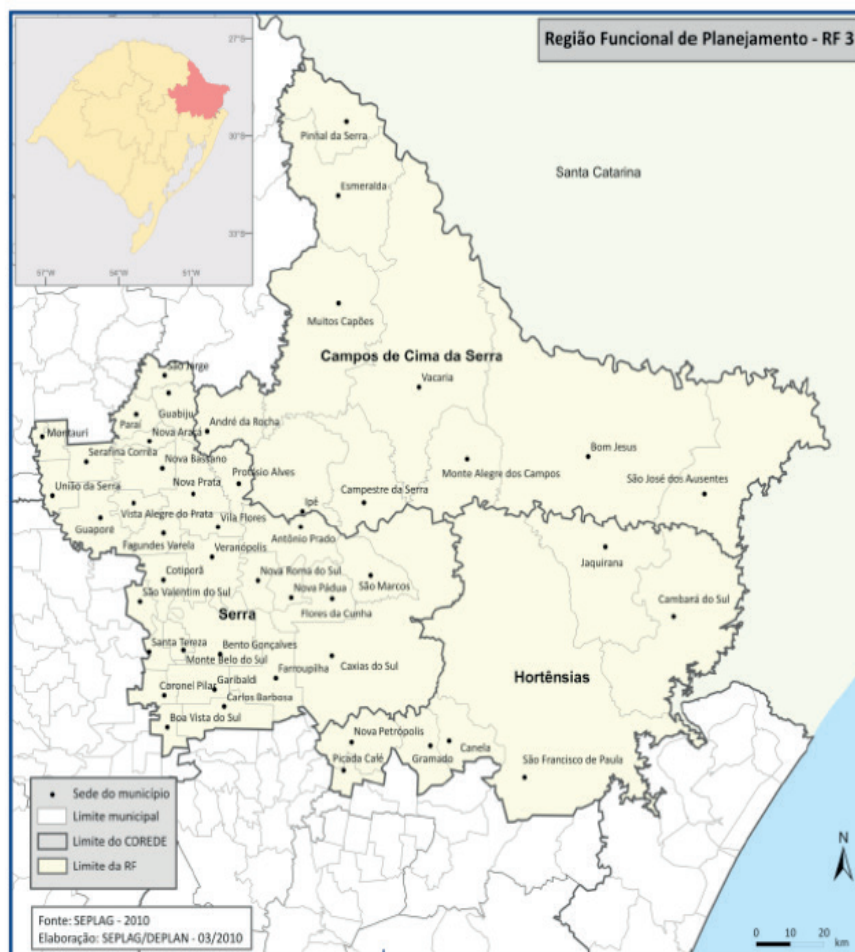


Tabela 1: Percentual de municípios com grupos artísticos, com indicação da variação percentual, segundo o tipo de atividade desenvolvida

Fonte: IBGE – Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros, Cultura 2014, p.22.

Analisando os dados de 2014 da tabela 1 nota-se a importância do “artesanato”, que está presente em 78,6% dos municípios brasileiros, ocupando o primeiro lugar entre os 19 tipos de grupos artísticos pesquisados, apresentando um crescimento de 22% em 8 anos. É o líder, portanto na presença e também na permeabilidade no território nacional. E seu crescimento de 2006 para 2014 está na faixa intermediária das modalidades, que varia entre 20% e 50%.

Constata-se o artesanato tem força própria, tem o DNA da comunidade, é um saber fazer de raiz, que passa de geração a geração, é resistente a despeito da relativa falta de incentivo público.

É interessante analisar a tabela das atividades artesanais, que informa as mais praticadas no país e respectivo desenvolvimento de 2006 para 2014.

| Tabela 2 – Percentual de municípios com grupos artísticos, com indicação da variação percentual, segundo o tipo de atividade desenvolvida – Brasil – 2006/2014 | | | |
|--|--|------|------------------------|
| Tipo de atividade desenvolvida | Percentual de municípios com grupos artísticos (%) | | Variação 2014/2006 (%) |
| | 2006 | 2014 | |
| Artesanato | 64,3 | 78,6 | 22,2 |
| Manifestação tradicional popular | 47,2 | 71,9 | 52,3 |
| Dança | 56,1 | 68,5 | 22,1 |
| Banda | 53,2 | 68,4 | 28,6 |
| Capoeira | 48,8 | 61,7 | 26,4 |
| Grupo musical | 47,2 | 54,6 | 15,7 |
| Coral | 44,9 | 50,4 | 12,2 |
| Bloco carnavalesco | 34,2 | 46,9 | 37,1 |
| Teatro | 39,9 | 43,4 | 8,8 |
| Orquestra | 11,5 | 22,1 | 92,2 |
| Partes plásticas e visuais | 22,2 | 19,6 | (-) 11,7 |
| Escola de samba | 11,4 | 14,6 | 28,1 |
| Associação literária | 9,4 | 13,8 | 46,8 |
| Cineclube | 4,2 | 13,6 | 223,8 |
| Gastronomia | - | 13,6 | - |
| Arte digital | - | 7,2 | - |
| Moda | - | 6,8 | - |
| Circo | 2,9 | 6,8 | 134,5 |
| Design | - | 5,1 | - |

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2006/2014

Tabela 2: Percentual de municípios com atividades artesanais, com indicação de Variação percentual, segundo o tipo de atividade desenvolvida, Brasil, 2006/2014.

Fonte: IBGE – Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros, Cultura 2014, p.23.

Observa-se na Tabela 2 que dos 17 grupos de atividade elencados o bordado está em primeiro lugar e apresentou baixo crescimento (1,1%) de 2006 para 2014; enquanto a culinária típica apresentou o maior crescimento (67,4%), fios e fibras estão entre os oito primeiros e teve um decréscimo de 9,7%; o material reciclável e a tecelagem também se destacam pela evolução positiva, nos 8 anos.

Considerando a relevância do artesanato no Brasil e no Estado, foi realizado um levantamento de dados, obtidos através de pesquisa feita junto as Prefeituras de cada município do COREDE Campos de Cima da Serra.

3 | RESULTADO DOS QUESTIONÁRIOS ENVIADOS PARA OS 10 MUNICÍPIOS DA REGIÃO

Os quadros 1 e 2 na sequência apresentam o resultado da pesquisa realizada com secretários municipais, ou pessoas indicadas por eles como representantes do artesanato nas cidades do COREDE Campos de Cima da Serra. Os objetivos do quadro são: ter uma visão geral do estado da arte do artesanato na região (número de artesãos e grupos, tipologias mais praticadas e sua origem, políticas municipais e perspectivas); analisar a situação e sugerir algumas ações para sua melhoria atendendo os quesitos de identidade, design, demanda do mercado e promoção do trabalho e renda.

| MUNICÍPIOS/ População | INFORMANTES | ARTESANATOS MAIS PRATICADOS | ARTESÃOS CADASTRADOS | GRUPOS E ASSOCIAÇÕES |
|---|--|--|---------------------------------|---|
| VACARIA 65.135 hab | Sec. Turismo e Presidente da AAV | Crochê, couro, grampada, macramê, doces artesanais, madeira, patchwork, bordado, tricô, filé, frivolete, tear. | 90 | 08 |
| BOM JESUS 11.784 hab | Sec. Turismo | Crochê, doces artesanais, bordado, madeira, couro | 25 | 01 |
| IPÊ 6.448 hab | Sec. Turismo | Crochê, vimes, palha de milho, vidro, pet, madeira, tricô, doces artesanais | 18 | 01 |
| SÃO JOSÉ DOS AUSENTES 3.483 hab | Sec. Turismo, Cultura e Meio Ambiente | Crochê, madeira, tricô, doces, couro, macramê, artesanais, bordado, patchwork | - | 02 grupos, um junto ao CRAS, outro inativo. |
| CAMPESTRE DA SERRA 3.400 hab | Sec. Educação, Cultura, Desporto e Cidadania | Crochê, tricô, bordados, doces artesanais, macramê. | Nenhum | Nenhum |
| ESMERALDA 3.304 hab | Coordenadora CRAS – Sec. Ass. social | Crochê, couro, madeira, bordado, macramê, patchwork | - | - |
| MONTE ALEGRE DOS CAMPOS 3.243 hab | Presidente da Associação Artesãos Monte Alegre dos Campos | Crochê, macramê, patchwork, bordado, pintura em tecido | 17 | Não tem conhecimento |
| MUITOS CAPÕES 3.147 hab | Associação Capoense de Artesãos. Sec. Ass. Social | | 22 | 01 ACA – Associação Capoense de Artesãos |
| PINHAL DA SERRA 2.115 hab | Sec. Desenvolvimento Social e Habitação | Crochê, macramê, doces artesanais, tricô, patchwork | 15 | 03 grupos informais |
| ANDRE DA ROCHA 1.300 hab | Sec. Coordenação e Planejamento | Crochê, bordado, filé, doces artesanais, patchwork, tricô, couro, grampada, madeira | 20 | 01 associação |

Quadro 1: Artesanatos mais praticados, número de artesãos e grupos existentes

Fonte: As autoras do artigo com base nas respostas dos entrevistados indicados pelas Prefeituras Municipais Região.



Figura 1: Seleção de artesanatos dos Campos de Cima da Serra feita pelas autoras em visita à região, em setembro de 2017

Da esquerda para a direita: (1) Escultura em madeira, Bom Jesus; (2) Bonecas em palha de milho, Bom Jesus; (3) Artesanato em madeira, Ipê; (4) Macramê, Bom Jesus; (5) Arreios em couro, Vacaria; (6) Frivoletê, Vacaria; (7) Bordado ponto cruz, Bom Jesus; (8) Crochê, Vacaria; (9) Porongo, Bom Jesus.

| MUNICÍPIOS/ População | PROJETOS MUNICIPAIS ARTESANATO | LIDERANÇAS INCENTIVAM O ARTESANATO | ORIGEM DO ARTESANATO |
|---|---|--|---|
| VACARIA 65.135 hab | a sede da AAV - Assoc. de Artesãos de Vacaria, funciona em prédio da prefeitura | Sim, 03 feiras de artesanato, mais 05 feiras da cidade | Costume, tradição familiar, e escravos |
| BOM JESUS 11.784 hab | Projeto Inclusão Produtiva | Sim | Portuguesa passa de geração em geração com técnicas e materiais atualizados |
| IPÊ 6.448 hab | prefeitura criou e mantém a Casa do Artesão | Sim, fomentam a geração de renda | Técnicas passam de geração em geração. Vidros e Vime iniciaram como fonte de renda e hoje modelo de negócio |
| SÃO JOSÉ DOS AUSENTES 3.483 hab | Prefeitura e CRAS oferecem cursos e oficinas | Sim | Portuguesa, indígena, italiana |

| | | | |
|---|---|---|---|
| CAMPESTRE DA SERRA 3.400 hab | Até o momento não | Sim, mas falta organização e conhecimento para formação de associações e cooperativas. | Tradição |
| ESMERALDA 3.304 hab | Sim prefeitura e CRAS oferecem oficinas SCFV, cursos de couro, patchwork, trabalho com linhas, pintura tecido e madeira | Sim | - |
| MONTE ALEGRE DOS CAMPOS 3.243 hab | Não iniciaram os cursos, não vieram verbas | - | - |
| MUITOS CAPÕES 3.147 hab | Sim, prefeitura e CRAS oferecem oficina que conta com 130 mulheres na sede e interior | Sim, acredita no artesanato como fonte de renda | Materiais encontrados na região: porongo, lã de velha e palha de milho. |
| PINHAL DA SERRA 2.115 hab | Cursos e oficinas com grupos do interior promovidos pela prefeitura através do CRAS, EMATER, ASCAR, Sind. dos Trabalhadores Rurais. | O município ainda esta engatinhando, busca aumentar os incentivos p as comunidades em beneficio da interação social, da saúde física, mental e financeira | Cultura e tradição estrangeira e até indígena. Ampliou com as visitas a feiras e exposições em outros municípios. |
| ANDRE DA ROCHA 1.300 hab | A Prefeitura paga o aluguel da Casa do Artesão, custeia cursos e viagens para exposições. | Sim | Familiar |

Quadro 2: Projetos e perspectivas para o artesanato nos municípios da região

Fonte: As autoras com base nas respostas dos entrevistados indicados pelas Prefeituras Municipais da Região

Considerando os quadros 1 e 2 resumo da pesquisa realizada nos 10 municípios da região, verificou-se que: quatro municípios (40%), os mais populosos da região, os informantes são da Secretaria do Turismo; cinco municípios (50%), os informantes são da Secretaria de Assistência Social e afins (Cidadania), ou líderes de Associações de Artesãos indicados pela própria secretaria; um município (10%) as informações vieram da Secretaria de Coordenação e Planejamento.

Observa-se que nos quatro municípios mais populosos (Vacaria, Bom Jesus, Ipê e São José dos Ausentes) o desenvolvimento do artesanato está atrelado a Secretaria de Turismo, e pelos dados fornecidos existem 133 artesãos cadastrados e 12 associações, representando 64% e 70%, respectivamente, do total da região.

Quanto à origem dos artesanatos vale ressaltar que: sete municípios (70%) citam a tradição e a herança familiar, um município cita os materiais encontrados na região e um fala de novos modelos de negócios. Outro fato que vale salientar é que em seis (60%) municípios existem investimentos públicos diretos no artesanato através de cursos e oficinas, disponibilização gratuita de local para sede de associações, promoção de feiras e etc.

Os projetos de capacitação para a geração de renda, na maioria das vezes, são promovidos pelo Centro de Referência de Assistência Social, CRAS, unidade publica estatal, que prioriza o atendimento as famílias, e seus objetivos são: a prevenção da ruptura dos vínculos familiares e comunitários, a promoção de ganhos sociais e materiais das famílias, o acesso a benefícios, programas de transferência de renda e serviços socioassistenciais.

Neste aspecto é importante notar que cinco municípios (50%) citam o CRAS e Prefeitura como promotores dos cursos de artesanato. Nas entrevistas percebe-se a relação entre “assistência social” e artesanato, assim são citados os programas “inclusão produtiva”, “oficinas terapêuticas” e “oficinas SCFV” (Serviço de convivência e fortalecimento de vínculos).

Observa-se, segundo informações coletadas em três municípios (Esmeralda, Campestre da Serra e Monte Alegre dos Campos), que existe carência de incentivos, de recursos e de organização para impulsionar o artesanato. Em contrapartida o Município de Andre da Rocha, o de menor população, se distingue por bancar o aluguel da Casa do Artesão e custear cursos e viagens para exposições.

Os dados coletados apontam para a existência de subsídio do poder público ao artesanato no COREDE Campos de Cima da Serra. Na intenção de traçar um perfil do statu-quo do artesanato da região, podemos trabalhar com duas hipóteses de aplicação destes subsídios. A primeira apoia o artesanato vinculado ao turismo que atende um mercado de turistas nacionais e internacionais que procuram lembranças, “memórias do lugar”, ou seja, produtos estéticos e/ou funcionais de qualidade, que tenham o valor afetivo do “feito à mão”, somado a “identidade do lugar”; vale lembrar que 70% dos municípios salientaram que a origem do artesanato é a tradição e a herança familiar. A segunda hipótese mostra um artesanato vinculado à Secretaria de Assistência Social, Cidadania, CRAS e similares, que direciona sua atuação para capacitação de pessoas, famílias carentes (extrema pobreza), em situação de risco, resultando em produtos mais utilitários, de identidade e valor estético questionáveis, e pouco preocupados com demandas de mercado.

Considerando essas duas hipóteses de aplicação dos recursos no artesanato surgem perguntas que poderão ser trabalhadas em próximos projetos de pesquisa. Como capacitar o artesão iniciante que está ampliando possibilidades de aumento de renda? Como qualificar o artesão que já traz a herança do artesanato dos ancestrais? Como melhorar a qualidade do artesanato em geral? Como trabalhar a criatividade? Como tornar o artesanato um produto atraente, com identidade do local que desperte o desejo de compra? Como pensar o artesanato como “design emocional” (Tonetto e Costa, 2011, p. 133) que além do produto em si tem valor afetivo?

Algumas sugestões para atendimento destas perguntas serão apresentadas com base na experiência das autoras com capacitação e qualificação de artesãos.

4 | SUGESTÕES PARA QUALIFICAÇÃO DO ARTESANATO COM METODOLOGIAS TESTADAS

Nos conceitos de artesanato, revistos no item 2 deste artigo, saltam aos olhos os valores ligados à cultura, história e essência de um povo, identidade, à herança transmitida de pais para filhos, ao valor simbólico, calor humano, singularidade e pertencimento, enfim o produto do artesanato é afetivo e emocional. Compreendendo

estes valores faz muito sentido a constatação da pesquisa do IBGE (2006) que afirma: o artesanato é “a atividade cultural de maior ocorrência nos municípios brasileiros” (BORGES, 2011); todos pertencemos a um lugar e esse lugar tem suas formas de expressão cultural, o artesanato é uma delas.

É necessário, portanto, aprimorar e atualizar essas expressões culturais para que se tornem fonte de “economia criativa” geradora de renda. Um dos caminhos é realizar oficinas, com metodologias apropriadas, que promovam a interação do artesanato com o design, que no seu sentido amplo, “é responsável por determinar o conceito, a forma e o valor estético dos produtos que fazem referências a um tempo, um espaço e talvez um indivíduo ou uma comunidade”. (MELLO, 2008, p.81).

Na sequência serão apresentados dois formatos de oficinas já testadas pela autora e equipes. A primeira, que se classifica como “oficina niveladora” porque acolhe artesãos que tem um saber fazer básico e iniciantes. E, a segunda, que se classifica como “oficina avançada”, porque tem como público alvo artesãos que dominam ao menos uma tipologia artesanal.

4.1 Oficina niveladora

A oficina conta com quatorze encontros, dois por semana, com duração de três horas cada, totalizando 42 horas. A parte teórica da oficina ocupa 15 horas e os temas abordados são: 1) identidade cultural da região; 2) composição e aprimoramento estético; 3) estado da arte do artesanato e a moda e vice-versa; 4) apreciação do artesanato dos imigrantes em visita ao museu municipal, ou similar; 5) empreendedorismo, trabalho em equipe, associativismo e cooperativismo.

A sequência planejada das aulas teóricas busca fornecer informações e conhecimentos para incentivar a criatividade, reconhecer valores de identidade regional (paisagens, versos, costumes, músicas, flores, frutas, folclore, brinquedos, crenças, etc); aprimorar o gosto; inserir princípios da moda; reconhecer valores do passado e atualizá-los; compreender o mercado de consumo.

As atividades práticas somam 27 horas que trabalharam as etapas a seguir: pesquisa de tendência; escolha do tema de coleção, materiais e cores a serem utilizados; estudo e aplicação das especialidades artesanais dos participantes; quadro de coleção coletivo (moda vestuário ou moda casa); ficha técnica de produto; formação de custo e preço de venda; execução dos protótipos; e apresentação dos resultados em mostra ou desfile. As atividades práticas de desenvolvimento de coleção utilizaram a base conceitual do desenvolvimento de coleção de Moda do Vestuário de Treptow (2003, p. 91-201). Cabe salientar que o tema de inspiração, os materiais, cores, formas da coleção, etc, são decididos e seguidos por todos participantes, intensificando a ideia de coesão, de coletivo. A coleção é desenvolvida em equipe, com orientação de um designer e dois ou mais acadêmicos de design dependendo do número de participantes. É sabido que a lógica da moda expandiu-se para outros segmentos

de produtos, ela incentiva a novidade e por isso mesmo tem condições de renovar o artesanato que seguidamente estaciona na tradição.

Para detalhes maiores consultar o artigo De Carli e Peretti (2017): Da oficina de moda e artesanato à associação Damas & Tramas.

4.2 Oficina avançada

A oficina avançada também contempla aulas teóricas e aulas práticas. A duração total é de 90 horas, distribuídas em vinte e seis encontros, um por semana de três horas e meia cada. Esse modelo prevê a assessoria de um designer experiente que participa em seis encontros; dois coordenadores e mais dois a quatro bolsistas, dependendo do tamanho da turma, participam de todos os encontros. Os coordenadores e bolsistas devem ser preferencialmente professores e alunos de cursos de design.

O início das atividades contempla a realização de duas tarefas: a primeira refere-se a análise do perfil das artesãs e utiliza de um questionário individual com três questões básicas: “Quem eu sou? De onde vim? Para onde vou?” Na sequência, aparecem perguntas que detalham a atividade de cada artesã: produtos, materiais, concorrência, clientes, projetos para desenvolver e reconhecimento do artesanato regional. Os objetivos destas tarefas são: conhecer as participantes e provocar a auto reflexão e o autoconhecimento.

A segunda tarefa é a pesquisa iconográfica no município; assim, um grupo de participantes voluntárias visitam, com transporte coletivo contratado pelo projeto, os pontos turísticos da cidade e distritos bucólicos vizinhos, tendo por objetivo registro fotográfico para releitura do lugar. Essa releitura é ponto de partida para criação e próximas tarefas. As artesãs que não participam desta atividade, fazem fotos em seu próprio entorno. Todas as imagens da pesquisa são agrupadas divididas em temas genéricos como: terra, paisagem, arquitetura, religiosidade, culinária, jogos, poemas, contos, tramas e outros.

A originalidade e identidade cultural são valores no artesanato, e constituem características importantes no processo de renovação. Assim o resultado da pesquisa é um indutor à reflexão que poderá transformar conceitos e cultura em produtos com valor agregado. Na mesma linha de pensamento, Morace (2009) traz a expressão latina *Genius Loci* (talento do lugar), que tem uma natureza distintiva, portadora de identidade e é decisiva nos projetos de qualquer área de atuação. A explicitação do *Genius Loci* permite distinguir as “raízes culturais através das quais um país, uma região, um lugar, uma empresa, um produto, plasmam a própria identidade”.

Voltando as atividades da oficina, monta-se: o moodboard (painel de inspirações), destacam-se elementos, cartela de cores, desenho das linhas e formas que referenciam a região, combinando com as tipologias artesanais. Individualmente cada artesão monta sua cartela de cores e define o mix de produtos para a sua coleção, ambos baseados na metodologia da Pirâmide de Consumo.

Aqui aparece a diferença entre oficina niveladora e a oficina adiantada. A primeira

desenvolve as etapas coletivamente, e a coleção é o conjunto dos trabalhos artesanais elaborados com a mesma temática; a segunda incentiva o desenvolvimento de coleção individual. E ambas privilegiam o local para criação de novos produtos com identidade.

O desenvolvimento das coleções individuais de artesanato utiliza uma adaptação da Pirâmide de Consumo do Fórum de Design Inspiráveis, promovido pela Assintecal (Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos), feita pelo designer Walter Rodrigues (2017), que segue:

A base (60%) corresponde aos produtos pelos quais o artesão já é reconhecido. A cartela de cores deve ser composta por cores observadas em lugares de moda (lojas de roupa, acessórios, cama e mesa, decorações, etc.). Os materiais utilizados são os disponíveis no mercado de artesanato, principalmente aqueles indicados pelas vendedoras. Aqui o artesão deve pensar em preços competitivos e em clientes que já reconhecem seu trabalho.

No centro da pirâmide (30%) a cartela de cores e materiais devem referenciar as informações dos sites de tendência. Nesta fase o artesão pode adotar uma nova tipologia artesanal e/ou tentar extensão ou nova linha de produtos, pensando na ampliação da clientela.

O topo da pirâmide (10%) corresponde ao novo e à experiência. A cartela de cores deve ser composta por cores nunca usadas e baseada nas inspirações. Devem ser utilizados novos materiais (tecidos, linhas, pedrarias e fios); novas tipologias artesanais, ou inová-las. Este é o momento para pensar em novos clientes ou naqueles que compram produtos diferenciados, por isso agregar valor ao produto é mais oportuno do que manter preço de concorrência. É importante ter uma história para contar e inspirar, ter uma narrativa que cause encantamento. Com o uso sistemático da Pirâmide de Consumo os 10% representam testes de mercado, que obtendo resultado positivo poderão compor os 30% da próxima coleção.

Os encontros práticos da oficina foram dedicados para o desenvolvimento total de 10 produtos por artesão, distribuídos conforme os percentuais indicados na Pirâmide: 06 produtos básicos, 03 produtos de moda e 01 produto de vanguarda.

Os encontros teóricos privilegiaram os seguintes temas: criação e desenvolvimento de marca, etiquetas e apresentação do produto; formação de custo e preço de venda; releitura de artesanatos de acervos tradicionais; participação em exposições e feiras; formação de associações e/ou cooperativas.

Mais detalhes sobre a metodologia da “oficina avançada” estão em De Carli, De Ross, Haefliger e Rodrigues (2017) no capítulo Design e tecnologias sociais para emancipação do artesanato.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Experiências como as oficinas “niveladora” e “avançada”, brevemente descritas acima, podem e devem ser multiplicadas e aperfeiçoadas em outras comunidades. Por

isso apelamos novamente para a lei Nº13.518, de 13 de setembro de 2010, que cria o PGA, Programa Gaúcho do Artesanato; a mesma lei integra ao Programa a Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social, FGTAS, que tem a competência de “estabelecer cooperações técnicas com instituições públicas, privadas ou entidades representativas, com vista à adoção de ações que promovam a qualificação profissional do artesão”.

A qualificação profissional do artesão é uma necessidade constante que tem sustentação na lei. Revendo o mapa, a Região Funcional 3 abriga o COREDE Serra, que conta com várias universidades e instituições de ensino superior com cursos de design. Desta forma, é possível promover oficinas de artesanato no COREDE Campos de Cima da Serra com a assessoria de designers, professores e acadêmicos de design dos municípios de Caxias do Sul e Bento Gonçalves. A proximidade geográfica facilita projetos intermunicipais compondo uma sinergia positiva para o desenvolvimento do artesanato. O reconhecimento das técnicas com potencial permitirá, a curto prazo, investir na inovação e no aprimoramento contínuo do artesanato por meio de cursos e oficinas itinerantes. É importante para isso articular o poder público, as universidades e os artesãos para a geração de emprego e renda na produção de produtos artesanais diferenciados com valores do design, da identidade e de mercado. E num continuum incentivar a formação de associações e cooperativas e consolidar as existentes.

Isto posto, a sugestão das autoras é que os municípios do COREDE Campos de Cima da Serra iniciem programas de cooperação técnica com instituições de ensino superior do COREDE Serra, mais especialmente com o curso de Design de Moda da Universidade de Caxias do Sul. O curso tem experiência de 25 anos de interação com o segmento empresarial das malharias e confecções de moda da região e, há aproximadamente 10 anos, iniciou projetos de extensão universitária que promovem a interação do design de moda com o artesanato.

A sugestão de investir em projetos que mobilizem o poder público, as universidades e os artesãos aponta como promissora, a curto prazo, para os artesanatos mais femininos dos fios e fibras (crochê, tricô, macramê, grampada, etc.) e os bordados. A médio prazo, as cooperações entre os cursos de Design de Objetos e Design de Interiores poderão ser muito produtivas para os artesanatos que trabalham com madeira, couro, fibras vegetais (vime e palha de milho).

Assim este artigo trouxe informações pertinentes ao artesanato praticado no território nacional, pautou a constituição do Programa Gaúcho do Artesanato e algumas leis que favorecem e incentivam suas práticas, relacionando ambos com as vocações artesanais dos Campos de Cima da Serra.

Após a análise da pesquisa de campo realizada junto às prefeituras daqueles municípios, foram sugeridas algumas ações para qualificar artesanatos e artesãos por meio de oficinas e cursos que melhorem suas performances. O artesanato precisa ser um produto de geração de emprego e renda e, mais, um produto de reconhecido valor de mercado com qualidade, primor estético, design e identidade. A emancipação através destes valores facilitará sua comercialização sem fronteira.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. **Moda artesanal brasileira na visão de um personal stylist**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

BERTÊ, A.M.A., LEMOS, B.O., TESTA, G., ZANELLA, M.A.R., OLIVEIRA, S.B. Perfil Socioeconômico - **COREDE Campos de Cima da Serra. Boletim Geográfico do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, n. 26, p. 112-145, fev. 2016 PERFIL SOCIOECONÔMICO - COREDE CAMPOS DE CIMA DA SERRA. Disponível em:

<http://revistas.fee.tche.br/index.php/boletim-geografico-rs/article/viewFile/3736/3628> acesso em 03 maio 2017.

Biblioteca IBGE disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf>, acesso em 15 jun 2017.

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

CADERNOS DE REGIONALIZAÇÃO. Região Funcional 3 – RF3. Perfil Socioeconômico. Plano Plurianual 2016-2019. Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Secretaria do Planejamento, Mobilidade e Desenvolvimento Regional. Departamento de Planejamento Governamental. PPA. 2016/2019. Disponível em: <http://planejamento.rs.gov.br/upload/arquivos/201512/15134141-20151117111849caderno-final-rf3.pdf> . Acesso em 03, Abril, 2017

Cidadania e Justiça. Disponível em <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2011/10/conheca-o-centro-de-referencia-de-assistencia-social>. Acesso em: 18 maio 2017.

Corede Sul. **O que são e como funcionam os COREDES**. Disponível em: <http://www.coredesul.org.br/Pagina/9/O-QUE-SAO-E-COMO-FUNCIAM-OS-COREDES-%96RS>. Acesso em 05, maio 2017.

Diário oficial da União, seção 1, Nº 192, quarta-feira, 6 de outubro de 2010. P. 100. MDIC. SECRETARIA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS. Portaria No- 29, de 5 de outubro de 2010. Este documento pode ser verificado no endereço eletrônico <http://www.in.gov.br/autenticidade.html> pelo código 00012010100600100.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe; DE ROSS, Gilda Eluiza; MARTINS, Roberta Haefliger; RODRIGUES, Walter. **DESIGN E TECNOLOGIAS SOCIAIS PARA EMANCIPAÇÃO DO ARTESANATO**. In: QUARESMA, Debora M. Macedo; VALENTE, Patrícia S. (Orgs) No contínuo da sustentabilidade. Curitiba: Ed. Appris. No prelo.

DE CARLI, Ana Mery e PERETTI Jucelda. Da oficina de moda e artesanato à Associação **Damas & Tramas**. IN: Oliveira, C.W.; Costa, J.A.; Figueiredo, G.M.; Moraes, A.R.; Silva, I.R. (Orgs.) Arranjos Produtivos Locais e desenvolvimento IPEA, 2017.

KRONE, E. E. **Identidade e cultura nos Campos de Cima da Serra (RS): práticas, saberes e modos de vida de pecuaristas familiares produtores do queijo serrano**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Jaguarão: Fundação Universidade Federal do Pampa, 2011. 226p. (e-book)

MANUAL DE ORIENTAÇÃO DO ARTESANATO GAÚCHO (2015). Disponível em: <http://www.fgtas.rs.gov.br/upload/arquivos/201510/21122806-manual-de-orientacao-pga-versao-final-c-correcao.pdf>. Acesso em 10 maio, 2017

MELLO, Márcia M. Couto. **Design, moda, arquitetura e urbanismo: uma geometria**. IN: PIRES, Dorotéia Baduy (org). Design de moda olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores,

2008, p.81

MORACE, Francesco. **A globalização e o futuro brasileiro**. IN: Dalpra, P. (Org) DNA Brasil. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

OLIVEIRA, C.W.; Costa, J.A.; Figueiredo, G.M.; Moraes, A.R.; Silva, I.R. (Orgs.) **Arranjos Produtivos Locais e desenvolvimento**. IPEA, 2017

Programa Gaúcho de Artesanato – PGA – LEI Nº 13.518, DE 13 DE SETEMBRO DE 2010. Disponível em: <http://www.fgtas.rs.gov.br/programa-gaicho-do-artesanato> Acesso em: 10 maio 2017.

Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros, Cultura (2014). Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf> Acesso em: 11 abr 2017.

QUARESMA, Débora; VALENTE, Maria Macedo; SOLDATELLI, Patrícia. **No contínuo da sustentabilidade**, Curitiba: editora Appris, 2017.

RODRIGUES, Walter. Assessoria no curso **Artesanato e Design: empreendedorismo e economia criativa**. Promoção Polo de Moda da Serra Gaúcha. Coordenação Gilda Eluiza De Ross. Fonte financiadora: Instituto Renner e ONU Mulheres. (Out. 2016 a março 2017).

Selo de qualidade para certificação do artesanato. Disponível em: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/Usu%C3%A1rio/Meus%20documentos/Downloads/21122438-lei-n-13-518-artesanato.pdf>

TONETTO, Leandro Miletto e COSTA, Felipe Camargo. **Design emocional: conceito, abordagens e perspectivas de pesquisa**. Strategic Design Research Journal, 4(3): 132-140 September-December 2011 ©2011 by Unisinos - doi: 10.4013/sdrj.2011.43.04

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: Planejamento de coleção**. Brusque, SC: D. Treptow, 2003.

VENZON, Bernadete L. Susin; RELA, Eliana; MANFREDINI, Mercedes Lusa. **Design e identidade sustentável: valores locais como base para a inovação**. Caxias do Sul – RS: Editora São Miguel, 2012.

Relação dos entrevistados

Andre da Rocha: Fabiana Braciak Prestes, Secretária de Coordenação e Planejamento. planejamento@andredarocha.rs.gov.br, em 17/05/2017

Bom Jesus: Aline de Camargo, Secretaria de Turismo. turismo@bomjesus.rs.gov.br, em 06/03/2017

Campestre da Serra: Daiana Michelin, Secretária de Educação Cultura, Desporto e Cidadania educacao@campestredaserra.rs.gov.br, em 03/04/2017. Fone: (54) 3235 1246

Esmeralda: Alessandra Andrade Brehm, Coordenadora do CRAS. Fone 3354 1719 rosaroselimando@hotmail.com; as_socialesmeralda@terra.com.br, em 03/4/2017

Ipê: Onanda Leoratto, Departamento de Turismo. Fone (54) 3233 1050 turismo@ipe-rs.com.br, em 04/04/2017

Monte Alegre dos Campos: Joaquina Daros, Presidente da Associação Marisa Vieira Alves marisavieiraalves@yahoo.com; socialmac@outlook.com em 10/04/2017

Muitos Capões: Tânia Mesquita, Secretária da Associação

CRAS smas@muitoscapoes.rs.gov.br, em 04/04/2017

Pinhal da Serra: Lurdes Matins, Secretária Municipal de Desenvolvimento Social e Habitação
smdsh@pinhaldaserra.rs.gov.br ; lurdesmpinhal@yahoo.com cel: 98435.6117, em 04/04/2017

São José dos Ausentes: Daiane Stecanela Cardoso Donadel, Agente Administrativo Auxiliar Sec. de Turismo
sectur@saojosedosausentes.rs.gov.br, em 28/03/2017. Fone: 3234 1006

Vacaria: Joseli Confortin, Presidente da Associação dos Artesãos de Vacaria.
joseliconfortin@terra.com.br , em 15/02/16

SOBRE A ORGANIZADORA

Natalia Colombo - Bacharel em Design de Moda (2015) e Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (2018). Bolsista Taxa PROSUP/CAPES (2016-2018). Membro no grupo de pesquisa: Tecnologias: Experiência, Cultura e Afetos (TECA) do PPGCom UTP/Curitiba (2017). Pesquisadora nas áreas de Moda, Comunicação, Consumo e Identidade. Experiente na área de Desenho Industrial, com ênfase em Planejamento e Desenvolvimento de Produto e Gestão de Comunicação com ênfase em Eventos Científicos.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Artesanato 53, 54, 55, 56, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78

B

Bourdieu 3, 5, 6, 20, 27

C

Ciclo de Vida 80, 81, 82, 83, 84, 87

Comunicação 2, 8, 12, 18, 26, 29, 30, 36, 40, 50, 51, 54, 90, 105, 115, 125, 138, 161

Consumo 4, 10, 11, 12, 14, 16, 18, 56, 73, 74, 75, 82, 84, 99, 100, 114, 115, 119, 120, 121, 161

Cooperação 46, 47, 48, 49, 52, 76

Cor 18, 41, 54, 85, 94, 98, 101, 102, 105, 106, 110, 111, 112, 125, 126, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 153, 156, 157

Costumes 30, 32, 33, 37, 73, 105, 109, 125, 139, 147

D

Desenho 38, 39, 40, 44, 45, 74, 88, 122, 148, 161

Design 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 52, 54, 55, 56, 57, 62, 63, 68, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 81, 83, 85, 86, 88, 89, 123, 124, 125, 126, 135, 136, 137, 143, 144, 145, 147, 161

Design de Moda 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 38, 40, 41, 43, 44, 47, 54, 55, 57, 62, 63, 76, 77, 83, 125, 161

E

Estampa 54, 101, 122

Estética 11, 14, 53, 83, 104, 108, 112, 137, 139, 142, 143, 144, 147, 148, 152, 154, 155, 156, 158

Estruturas Sociais 5

F

Figurino 18, 125, 126, 127, 128, 130, 132, 135, 137, 139, 141, 143, 144, 145, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 159

Função 11, 13, 14, 17, 35, 44, 53, 105, 108, 120

I

Identidade 1, 2, 4, 8, 9, 10, 13, 23, 25, 26, 27, 30, 32, 63, 65, 66, 68, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 161

Identidade Regional 65, 73

Imaginário 1, 23, 39, 109, 127

Indumentária 3, 4, 14, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 30, 33, 90, 96, 130, 133, 147, 150

Interpretação 5, 25, 143, 144

L

Lipovetsky 3, 4, 8, 15, 16, 17, 19, 27, 37

M

Memória 19, 24, 25, 26, 27, 40

N

Não-Gênero 29, 30, 32, 36

P

Paulo Freire 1, 2, 3, 6, 7, 9

Processo 5, 7, 8, 12, 14, 19, 20, 21, 23, 24, 37, 39, 40, 41, 43, 49, 53, 59, 61, 66, 74, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 104, 107, 123, 139, 140, 141, 143, 144, 145, 147, 148, 150, 152, 156, 157, 159, 160

Produção 8, 12, 18, 24, 46, 55, 56, 60, 64, 65, 76, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 96, 139, 141, 142, 143, 144, 148, 150, 151, 152

Produto 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 24, 25, 63, 72, 73, 74, 75, 76, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 91, 120, 123, 126, 144, 145, 161

Propaganda 30, 90, 91, 92, 96, 116, 118, 119, 120

R

Recursos 7, 20, 38, 60, 61, 72, 80, 82, 84

Relações de Poder 26

Relações Sociais 25, 26, 27, 90

Responsabilidade Socioambiental 82, 88

Ressignificação 21, 26

S

Simbólico 1, 6, 7, 16, 21, 25, 26, 66, 72, 91, 128

Subjetividade 2, 6, 8, 125, 126

Sustentabilidade 60, 61, 62, 63, 77, 78, 81, 88, 144

T

Têxtil 14, 18, 53, 55, 56, 59, 61, 80, 81, 82, 83, 88, 99

Tradição 3, 6, 70, 71, 72, 74

U

Upcycling 80, 81, 83, 84, 85, 87, 88, 89, 139, 144, 145, 146

Usabilidade 14, 15, 17, 25, 81, 84, 144

V

Valor 6, 7, 8, 10, 11, 15, 16, 25, 60, 61, 65, 66, 72, 73, 74, 75, 76, 80, 81, 83, 108, 122, 127, 144

Valores 1, 2, 7, 12, 13, 14, 16, 20, 23, 25, 26, 30, 32, 60, 65, 66, 72, 73, 74, 76, 78, 104, 108

Vestuário 1, 2, 3, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 29, 30, 33, 34, 35, 36, 53, 54, 55, 56, 57, 73, 80, 81, 87, 88, 89, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 108, 114, 115, 148

