

**ARTESANATO DE IGARASSU E A RELAÇÃO COM PATRIMONIO
IMATERIAL: CAMINHOS POSSÍVEIS PARA O DESENVOLVIMENTO DE
NEGÓCIOS**

Raquel de Oliveira Santos Lira¹
Denise Thais dos Santos Gaião²
Alba de Oliveira Barbosa Lopes³

Resumo: O trabalho é resultado de reflexões, ainda parciais, de um projeto extensionista de formação de artesãos nas áreas de gestão e tecnologia para valorização do patrimônio imaterial da cidade de Igarassu, Região Metropolitana do Recife. Através da realização de oficinas, visitas, entrevistas e escutas com artesãos e contato com o poder público municipal, foram levantados dados preliminares sobre a realidade do artesanato no município. O apoio teórico se centrou no conceito de artesanato, as políticas seus avanços e o diálogo com ferramentas de empreendedorismo voltadas para melhoria de negócios. Nesse embate, foi importante a reflexão sobre o ambiente de negócios e a relação dos artesãos com o poder público. As conclusões preliminares indicam que parte dos artesãos apresenta produtos com baixo valor agregado e pouca ou nenhuma relação com a cidade histórica.

Palavras-chave: Artesanato, Patrimônio Imaterial, Empreendedorismo, Extensão.

¹ Professora de Gestão e Negócios do IFPE-Campus Igarassu. E-mail: raquel.lira@igarassu.ifpe.edu.br.

² Estudante do Curso Técnico de Logística do IFPE-Campus Igarassu. E-mail: denisethais2308@gmail.com.

³ Professora de Gestão e Negócios do IFPE-Campus Paulista. E-mail: alba.barbosa@paulista.ifpe.edu.br

1 Patrimônio, Artesanato e Negócios

A integração entre preservação do patrimônio e economia tem sido, de forma crescente, preocupação de programas de governo e instituições de interesse público, como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o Banco Mundial, Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) e as diferentes instâncias governamentais (CARDOSO et al, 2011). Nesse caso, são relevantes não apenas a proteção do acervo de bens culturais materiais, mas também a integração com os bens culturais imateriais e as práticas das comunidades.

No centro do processo de preservação de bens culturais está o artesanato. Historicamente, este é um segmento que, dentro da Cultura, foi visto de forma controversa, ora em políticas públicas ligadas à economia, ora para área de preservação. Durante muitos anos, a própria noção do artesanato esteve, essencialmente, voltada para ações do desenvolvimento econômico de comunidades menos favorecidas de recursos e de formas de produção. O aspecto cultural nessas abordagens era por vezes apresentado como de baixo valor de produção, conforme visto a seguir:

No Brasil, o artesanato sempre foi considerado uma atividade produtiva menor, inserido no âmbito dos programas de assistência social, tratado sob uma perspectiva paternalista, como atesta a primeira política federal para o setor, o Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato (PNDA), criado em 1977. No entanto, a partir da década de 1990, este programa passa a obter a atenção do poder público e privado, porém revestido de outro significado não mais limitado a uma atividade produtiva, sem expressão econômica, de apenas complementação de renda, ou só para a formação de mão-de-obra, mas sim passa a ser visto como uma atividade produtiva com potencial econômico e social, isto é, um nicho de mercado com significativa capacidade de inserção no mercado competitivo de âmbito nacional e internacional (SERAINÉ, 2009, p.24-25).

Essas discussões, apesar de serem pautadas por diversos outros trabalhos como Dourado et al (2015), Cordula (2013), Gonçalves et al (2015), parecem ainda suscitar desafios à prática dos artesãos e das políticas públicas.

No Brasil, Daniel Doudek (2014) discute a origem do conceito faz uma ponte entre a gestão do artesanato e a gestão cultural, chamando atenção da área da gestão por ser uma atividade produtiva em que o sujeito detém os meios de produção. Para o autor, o artesanato tem valor cultural pelo foco na liberdade da criação e produção do artesão. É assim, considerado uma produção que resgata questões humanas e subjetivas ligadas à emoção, espontaneidade e naturalidade. Considerando a precarização das relações de

trabalho na economia atual, o artesanato contribui para que haja uma alternativa de trabalho na sociedade contemporânea.

O artesanato resgata a necessidade de pertencimento ao local em que se vive. No Brasil, o setor é considerado um mercado potencial de negócios que movimentou R\$ 50 bilhões por ano em média e envolve 8,5 milhões de pessoas (IBGE, 2014). De acordo com o IBGE, está presente em 78,6% das cidades brasileiras.

Esse quadro se refere aos avanços relacionados ao Programa de Artesanato Brasileiro (PAB), à regulamentação da profissão (Lei nº13.180/2015) e ao estímulo à criação das políticas de incentivo aos Micro Empreendedores Individuais. Com eles vieram a necessidade, ainda maior, sobre a adaptação dos discursos de gestão para profissionalização dos artesãos para suas práticas e contextos. Somado aos discursos de gerenciamento do negócio aplicados nas formações trazidas por agentes como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), ferramentas como Plano de Negócios, Canvas, *Desing Thinking* e metodologias voltadas para o empreendedorismo ‘engrossaram o caldo’.

Ao colocar em confronto, contudo, esses discursos aos daqueles que fazem e atuam na produção desse tipo de patrimônio, **quais os resultados encontrados? De que forma o gerenciamento de negócios está presente no cotidiano do artesão?** Esse artigo é um relato da experiência da ação extensionista de formação de artesãos que trabalham no município de Igarassu, distante vinte e oito quilômetros da capital pernambucana, teve seu conjunto arquitetônico e paisagístico tomado pelo IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, em 1972. O objetivo do projeto é promover a formação nas áreas de gestão e tecnologia para valorização do patrimônio imaterial do Município.

De forma, preliminar, o uso e aplicação das ferramentas nas diferentes realidades dos artesãos e trabalhadores manuais, evidenciam forte dependência do poder municipal tanto nas formações, como na conquista de espaços de exposição de produtos em locais fixos como também na participação em Feiras e exposições de abrangência local.

2 Artesanato como patrimônio e as políticas

O artesanato é uma importante manifestação cultural presente nas diversas regiões brasileiras. É, também, uma importante fonte de renda para muitas comunidades que, muitas vezes, retratam suas particularidades e seu cotidiano em suas obras. Todo artesanato em si, tem valor cultural imaterial. No entanto, apenas alguns guardam a memória de saberes tradicionais de um povo. O saber de uma família. Uma técnica de costura passada de mãe para filho, ainda com pouca ou nenhuma relação com território. Esse artigo utiliza a conceituação de artesanato do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio que o define como:

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 (MDIC, 2012, p. 12)

Não sendo caracterizado como artesanato, portanto, trabalhos de montagens de peças industrializadas, lapidação de pedras preciosas, materiais de perfumaria com exceção daqueles produzidos com essências extraídas de folhas, flores, raízes, frutos e flora nacional ou ainda trabalhos decorrentes de habilidades aprendidas através de mídias sem identidade cultural.

Apesar da riqueza nacional cultural da produção artesanal, apenas em 2009, entrou no escopo de representação das áreas do Conselho Nacional de Políticas Culturais. Como afirmam Dourado et al (2015, p. 7), a seguir, existem ainda uma fragmentação das ações governamentais desenvolvidas em relação à atividade:

Embora o artesanato esteja vinculado como principal política pública à Secretaria de Micro e Pequena Empresa da Presidência da República – SMPE/PR, é possível encontrar ações relacionadas a este tema sendo desenvolvidas em outros órgãos federais como, por exemplo, o Ministério do Trabalho e Emprego, o Ministério do Turismo e o Ministério do Desenvolvimento Agrário, além do SEBRAE.

No escopo do MinC, as ações mais relevantes voltadas ao artesanato são: a construção do Plano Setorial de Artesanato e o Programa de Promoção do Artesanato de Tradição Cultural – Promoart, gerido pelo IPHAN por meio do seu Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP).

A política base de fomento ao artesanato é o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB). O programa é voltado para geração de trabalho e renda e melhoria dos níveis culturais, profissionais, sociais e econômicos dos artesãos (MDIC, 2012).

A materialização do PAB se dá em parceria das Coordenações Estaduais de Artesanato, unidades responsáveis pela intervenção e execução das atividades de desenvolvimento do segmento. A atuação da política segue 5 eixos: (1) Gestão: promoção e integração de iniciativas que promovam trocas de experiência e aprimoramento da gestão; (2) Desenvolvimento do Artesanato: promoção de medidas de melhoria da competitividade do produto e sua comercialização; (3) Promoção comercial: identificação de mercados e a participação em atividades de comercialização e mostra; (4) Sistema de Informação Cadastrais do artesanato Brasileiro (SICAB): mapeamento do setor através de estudos e do cadastro do artesão; e, (5) Estruturação de núcleos de artesanato: apoio na formalização e formas de organização do artesão.

Pode-se dizer que o foco do PAB está no Produto, no sentido de torná-lo mais atrativo e, no Artesão, na identificação e mapeamento de sua atividade e organização, bem como na sua capacitação. O artesão pode ser entendido nesse artigo como:

o trabalhador que de forma individual exerce um ofício manual, transformando a matéria-prima bruta ou manufaturada em produto acabado. Tem o domínio técnico sobre materiais, ferramentas e processos de produção artesanal na sua especialidade, criando ou produzindo trabalhos que tenham dimensão cultural, utilizando técnica predominantemente manual, podendo contar com o auxílio de equipamentos, desde que não sejam automáticos ou duplicadores de peças (MDIC, 2012, p.11).

Esse trabalhador, na gestão do seu negócio, sofre influencia de uma série de agentes estruturados de fomento à sua produção. Seja o Estado através das políticas nos diferentes âmbitos, seja através das diversas formações vinculadas à Organizações Não-governamentais e o SEBRAE, com os projetos de capacitação dos artesãos.

3 Negócios e mercado do artesanato

Sobre a relação entre o artesanato e o mercado, é preciso estar atento às adaptações do *modus operandi* para não “se sujeitar as regras e a gostos sem faces” (ZANETTI, 2007). A relação entre o segmento do artesanato como negócio que

fomenta a valorização do patrimônio tem por necessidade o diálogo com o ‘mercado’ e construção de público, de clientes numa nova relação que valorize para além da venda o trabalho realizado. Por parte do artesão, essa valorização passa pela melhoria da produção de seu trabalho, seja nos prazos de entrega, na embalagem, preço e pagamento justo e qualidade no produto. Ou seja, tudo o que envolva uma relação comercial e para além dela. Parte desse trabalho é facilitado pelas diferentes formas de organização seja em Núcleos de Artesãos, e Associações ou Cooperativas, sindicatos, federações ou confederações. Zanetti (2007, p.15) alerta que o trabalho nas associações passa por dificuldades ao afirmar que:

as associações de artesanato começam com 100, 150, 200 artesãos, depois baixa para 30 e ficam sobrevivendo com os 30, um desconfiando do outro. Não dão apoio, não se comprometem, não gostam de ensinar e formar aprendizes e assistentes.

O autor aponta para a necessidade de criar aprendizes e compartilhar o trabalho para fortalecimento das ações, para que além de gerar força de trabalho permita uma continuidade da produção. As trocas entre os artesãos permitida pelas diferentes formas de organização, facilitam o fortalecimento e a independência de instituições mais estruturadas como governos. Além disso, organizações como o SEBRAE, apesar de apoiar nas atividades de capacitação, foca na formalização das atividades e pouco estimula processos voltados à produção de uma economia mais colaborativa que trabalhem a riqueza simbólica e tenham viés mais solidário necessário à valorização do patrimônio cultural de um povo.

Zanetti (2007) argumenta que a construção de uma relação de vendas passa pela parceria e cumplicidade, explica que se refere à construção de um andar junto e com os mesmos interesses. Comprar é estabelecer uma relação comercial de interesse. Ele aponta para a necessidade de verificar o interesse do comprador e, na ausência de mecanismos mais elaborados de estruturas de negociação montar uma história que seja a aquela próxima ao cliente. Considera assim, essencial a adaptação dos discursos e ferramentas de gestão ao segmento artesanal.

4 Ferramentas de empreendedorismo

O termo empreendedorismo tem se consolidado no Brasil desde 2000. Não só a influência da literatura estado unidense para negócios, mas o crescente apoio para as pequenas e micro empresas no fomento da economia. Para Dornelas (2015), aponta como uma alternativa para aumento da competitividade, redução de custos e manutenção de negócios em diferentes mercados.

Pela proximidade das políticas públicas do artesanato com a área econômica e, principalmente pela representação do SEBRAE, as ferramentas de fomento a negócios como Plano de Negócios e análise de mercados tem tido uso comum no segmento cultural. Para Seraine (2009, p. 64) são as “noções de inovação, criatividade, flexibilidade, design entre outras que constroem o universo ideacional da ideologia do empreendedorismo que se dissemina no mundo de mercado atual que extrapola o universo das empresas”. Temas como risco, iniciativa, criatividade e capacidade de inovação tem sido os valores mais pontuados para o fomento da economia criativa.

Plano de Negócio é um modelo de documento utilizado para planejar um empreendimento ou unidade de negócios e definir a sua estratégia de atuação (DORNELAS, 2011). O Canvas é uma ferramenta que trabalha 9 componentes de negócios: Segmento de clientes, proposta de valor, canais, relacionamento com os clientes, fontes de receita, recurso principais, atividades chave do negócio, parcerias principais e estrutura de custo (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2001). O Canvas acaba resumindo os pontos principais para realizar um Plano de Negócios.

O *design thinking* aborda o pensamento divergente a fim de expandir a variedade de opções de abordar um problema ou situação. Através do uso de desenhos e esquemas das ideias, visa montar estratégias de ação para geração de novas ideias. (abordagem centrada no ser humano. Foco no público alvo e geração de valor.

A avaliação do mercado pode ser feita indicando fatores que afetam a ação de um negócio ou empresa, conhecer o perfil dos clientes, perceber a ação dos concorrentes comparando-as às atividades principais da organização.

Essas ferramentas são, cada vez mais aplicadas, em segmentos dos mais variados setores.

5 Procedimentos Metodológicos

O projeto integra ações ligadas ao Programa de Extensão do Instituto Federal de Pernambuco, Campus Igarassu, nas ações de parceria com a Casa do Patrimônio de Igarassu na valorização da educação patrimonial na região. A Casa do Patrimônio é um projeto de educação patrimonial do Iphan, órgão federal vinculado ao Ministério da Cultura. Conforme Carréra (2015), o foco principal é o estabelecimento de uma nova forma de relacionamento institucional com a sociedade civil, por meio da articulação de agentes e espaço.

As atividades do projeto de extensão foram iniciadas em outubro de 2015. Foram realizadas três visitas para identificar os artesãos atuantes na região e caracterizar sua forma de atuação. Os atores mais atuantes estão vinculados à Associação Cultural de Artesãos de Igarassu (ACAI). Além desses, identificou-se que os Guias Turísticos também se destacam na confecção de artesanato na região. Também foram importantes os encontros com a Diretora de Cultura do Município e o Secretário de Turismo, para avaliar a relação do poder público municipal com os artesãos.

Inicialmente, foram identificadas a necessidade de realização de capacitações no formato de oficinas e palestras que envolvessem a valorização dos saberes⁴, melhoria de produtos, competências em estudos de mercado, inserção e capacitação no uso de ferramentas tecnológicas.

Foram apresentadas propostas iniciais aos participantes com foco na de Geração de valor, análise de oportunidades de mercado, ferramentas de planejamento, marketing e gestão de custos para a população alvo.

Concomitantemente, está em curso o mapeamento junto aos grupos a necessidade de formação envolvendo a sustentabilidade das organizações e negócios nas localidades tendo como foco abordar o artesanato como parte constitutiva do patrimônio histórico daquela cidade.

Foram adaptadas ferramentas voltadas para o empreendedorismo como

⁴ Foram realizadas duas palestras abordando: o conceito de Patrimônio Imaterial pelo IPHAN baseado no conhecimento popular e Gestão Cultural do Artesanato a partir de experiências com organizações de pescadores.

montagem de CANVAS e utilização do *Design Thinking*. Montagem de esquemas mostrando a situação do ambiente de negócio, como a construção de cenários, criação de estratégias de compartilhamento de saberes e articulações para além do poder público foram trabalhadas.

Até então foram realizadas 2 oficinas, 2 palestras, além do acompanhamento de alguns dos artesãos no uso de ferramentas de gestão de forma mais direta. Os resultados até então, além da análise de cenário do negócio no município, foi a mobilização para valorização do patrimônio cultural representado pelo segmento. As palestras atuaram diretamente nas temáticas de Gestão Cultural e Patrimônio Imaterial.

6 Apresentação e Análise dos dados

Igarassu é cidade histórica que tem sua fundação como vila em 1535. A área do Sítio Histórico apresenta espaços como a Pinacoteca⁵ e a igreja em funcionamento mais antiga do Brasil, de São Cosme e Damião. O casario apresenta cerca de 400 m² de área entre igrejas⁶, casas e museus com alto potencial turístico e cultural. Ao todo a cidade tem 305 km², com uma população de 110 mil habitantes aproximadamente. A cidade possui 92,07% de área urbana. De 2000 para 2014 o crescimento da população foi de quase 30 mil habitantes. A economia gira em torno das grandes indústrias, da cana de açúcar e dos serviços. O PIB é de 1.470.899 (CONDEPE/FIDEM, 2012). E maior parte da sua composição advém das indústrias. O Índice de Desenvolvimento Humano municipal é de 0,665 e a renda média *per capita* é baixa, cerca de R\$370, tendo apenas 17% do município com saneamento adequado (IBGE, 2012).

De acordo com a ACAI e a Prefeitura Municipal, existem cerca de trezentos artesãos que trabalham com materiais dos mais diversos em Igarassu. Os que apresentam maior projeção regional, com obras expostas no Centro de Artesanato de

⁵ Conforme IPHAN (2016), a pinacoteca, criada em 1957, abriga o maior conjunto de painéis em estilo barroco da América Latina formado por 24 quadros anônimos de grandes dimensões feitos para adornar as celas dos noviços, que datam dos séculos XVII e XVIII.

⁶ Fazem parte do casario os seguintes monumentos tombados: Capela de Nossa Senhora do Livramento (Igreja de Nossa Senhora do Livramento), Capela de São Sebastião (Igreja de São Sebastião), Igreja Matriz de São Cosme e São Damião (construída em 1535), Igreja do Sagrado Coração de Jesus (recolhimento do Sagrado Coração de Jesus - Capela), Convento e Igreja de Santo Antônio (IPHAN, 2016).

Pernambuco⁷ e saberes reconhecidos com obras na Feira Nacional de Negócios do Artesanato (FENEARTE) são: José Abias da Silva (Madeira), Antero Assis (Bonequeiro), Moisés Vital (escultura em madeira), Roberto Vital (Escultura em Madeira). Desses, apenas um está ligado à ACAI.

A Associação foi fundada em 29 de abril de 2004 e, nos 12 anos de história passaram 4 presidentes, contudo, a formalização da ACAI foi regularizada apenas em 2015. Em 2013, havia cerca de cinquenta pessoas vinculadas a casa, mas com baixo ou nenhum contato associativista. Em 2015, são trinta artesãos associados.

A primeira sede funcionava numa sala cedida pela Prefeitura localizada no Museu de Igarassu dentro Sítio Histórico tombado pelo IPHAN, lugar de maior fluxo de visitantes e turistas. Com a reforma do prédio⁸, esse espaço foi utilizado para outros fins pela própria administração do museu e a prefeitura municipal ofertou outro espaço a ACAI, dentro do Centro de Artes de Igarassu, em 25 de maio de 2015. Dentre as conquistas obtidas no período está a participação na FENEARTE em 2014 e 2015 que contou com a ajuda da prefeitura para custeio. Além dessas ações participaram da festa da cidade em setembro, duas feiras no sítio histórico promovidas pela prefeitura, uma feira no ginásio esportivo da cidade e uma feira após curso de capacitação feito pelo em parceria com a prefeitura e o governo do Estado.

Apesar, da conscientização sobre a importância de ser associado para valorização conjunta do patrimônio da cidade, a presidente da ACAI acredita que a baixa adesão é fruto das gestões da Associação anteriores. Relata que a proximidade de relacionamento com o Governo Municipal na manutenção do espaço (Casa do Artesão) e participação nas feiras justifica o comportamento dos artesãos. Os demais, associados ou guias, nas reuniões, a vantagem de estar associado é poder expor os produtos na Casa do Artesão.

Contudo, desde a mudança para o Centro de Artes, os artesãos não se interessam mais em produzir novas peças e preferem dar vazão as encomendas que recebem de clientes já conhecidos e participar das feiras promovidas pelo poder público municipal e

⁷ Espaço de 2.511m² onde funciona uma loja, um espaço gastronômico, assim como uma galeria para exposição, auditório com foco na arte popular e no artesanato tradicional na capital Recife.

⁸ Recuperação do Museu Histórico de Igarassu, da Casa do Artesão e requalificação da PE-35 com recursos do Programa de Desenvolvimento do Turismo 2 e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (RODRIGUES, 2015)

estadual. O espaço hoje é uma sala anexada ao Centro de Artes com cerca de 16m² onde as peças de diversos artesãos, todos associados à ACAI, são expostos em prateleiras e expositores. As peças expostas utilizam vários materiais desde cascas de marisco, materiais reciclados, customizações, pinturas, peças em talha de madeira, acessórios, escama de peixe, bebidas artesanais, dentre outros. As peças com mais alto nível de venda são os licores e as camisas com as imagens dos santos que representam a cidade.

O espaço não contempla as necessidades da ACAI relacionadas à circulação e venda de produtos, por estar fora do circuito turístico e cultural da cidade. Hoje, o local se limita a circulação de moradores e transeuntes da parte administrativa da cidade.

Ao trabalhar nas reuniões e nas oficinas o conceito sobre artesanato e a relação com o Patrimônio, todos demonstraram pouca ou nenhuma preocupação com o patrimônio. Apenas que a baixa visita ao sítio histórico acompanha o nível de vendas pífio das suas obras.

Questionados sobre as estratégias de vendas com uso do CANVAS, os artesãos relataram não trabalhar de forma sistemática. A venda decorre das apresentações em feiras como as promovidas pelo poder público e, em menor número, da rede de contatos dos artesãos feita nas feiras. De acordo com a presidente da ACAI e alguns dos entrevistados, a renda obtida com artesanato não é a principal de sobrevivência. Os artesãos são aposentados, atuam como guias de turismo ou trabalhadores autônomos em atividades diferentes do artesanato.

Sobre a capacitação e conhecimento das políticas públicas e regulamentação profissional, todos os artesãos se mostraram interessados em participar de oficinas e capacitações, mas afirmam que já fazem isso com o SEBRAE e com a prefeitura. No entanto, alegaram que é mais um passa tempo do que uma possibilidade de mudança efetiva na sua produção.

Os artesãos, sem exceção, mostraram conhecimento sobre a regulamentação da profissão e a transformação em MEI. Acreditam que, pelo baixo volume de venda que tem, não vem vantagem regularizar sua situação. Do grupo que atua como guias de apoio ao turismo, apenas 1 tem carteira de artesão. Os artesãos ligados à associação tratam da atividade como complementar apontaram que a regulamentação parece ‘discurso’ do SEBRAE e dos bancos distante da realidade da localidade.

Quanto às políticas em nível local, demonstraram pouca ou nenhuma ligação com outras associações de artesãos. O uso de *Design Thinking* foi aplicado nas oficinas para demonstrar em conjunto com a análise do ambiente organizacional os agentes do ambiente operacional e seus interesses na produção artesanal. A relação com a Prefeitura ainda é o vínculo mais forte. Em 2013, a prefeitura disponibilizava dois funcionários emprestados para ajudar na administração da Casa do Artesão, mas desde junho de 2014 não envia mais trabalhadores. Nos anos de 2014 e 2015 a prefeitura foi articuladora das feiras e exposições estaduais e do município. Em 2016, a relação se configurou na participação de alguns artesãos ligados à ACAI na decoração do Carnaval.

No geral, o aspecto mais significativo no decorrer do trabalho extensionista foi a falta de proposta de valor vinculada ao patrimônio histórico da cidade. Apesar de terem conhecimento sobre o artesanato e valor cultural na produção das obras, os artesãos pouco colocam em evidência. Os números sobre vendas de artesanato são baixos na região. Questionados sobre o valor de custo das obras, muitos não demonstram capacidade de precificação e, apesar da noção sobre estratégias de ação, não tem conhecimento sobre planejamento e ferramentas de avaliação do mercado de venda de seus produtos.

Ora entendem o valor cultural mais tem dificuldade de converter em valor econômico suas peças. O que se evidencia teoricamente pelas contradições sobre a posição ocupada pelo artesanato em decorrência da nomenclatura, ora econômica, ora de geração de valor imaterial.

Os resultados disso é que, na localidade, a produção artesanal torna-se muito mais ocupação do tempo de pessoas aposentadas ou fora do mercado formal e não geração de valor com impacto na valorização do patrimônio do município. Reforçando assim, o baixo impacto de transformação social e cultural, e a dependência das entidades governamentais para sustento.

Por último, salienta-se que as estratégias de sobrevivência acabam por provocar a precarização do trabalho do artesão, representada pelas condições de trabalho que se mantêm vinculadas a um trabalho manual em detrimento ao trabalho industrial. O artesão fica à margem da sociedade. E, as crescentes disputas internas entre os próprios

artesãos não só na concorrência entre o valor local das peças, mas nas disputas pelos acordos e relações com o poder público municipal.

7 Considerações em curso

O trabalho foi resultado de reflexões, ainda parciais, de um projeto extensionista de formação de artesãos nas áreas de gestão e tecnologia para valorização do patrimônio imaterial da cidade de Igarassu. Nesse embate, foi importante a reflexão sobre o ambiente de negócios e a relação dos artesãos com o poder público. As conclusões preliminares indicam que parte dos artesãos apresenta produtos com baixo valor agregado e pouca ou nenhuma relação com a cidade histórica.

A opção pelo uso de ferramentas empreendedoras teve por base as observações de Seraine (2009) baseada na concepção de um ‘novo artesanato’ capaz de provocar inovação potencial para mudança de uma realidade dentro do segmento da economia criativa.

Conclui-se que o poder público municipal mantém espaço e estreita relação com os artesãos, mas que reforçam a dependência por parte desses trabalhadores. As ações de fortalecimento profissional chegam aos trabalhadores através de cursos de capacitação promovidos pelo sistema S ou próprio poder público (Estadual ou Municipal). Há baixa articulação política com outros agentes além do município e fraca articulação com entidades que poderiam fomentar as vendas e valorização da cidade como o setor turístico ou outros parceiros como as empresas locais. Os resultados ainda estão em curso, espera-se encontrar através da discussão teórica, caminhos possíveis de continuidade e efetividade nas ações extensionista promovidas ao longo do ano de 2016.

Referências

BRASIL. Lei n.13.180 de 22 de outubro de 2015. Dispõe sobre a profissão do artesão e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13180.htm>. Acesso em 21 maio 2016.

BRASIL. Decreto sem número de 21 de março de 1991. Institui o Programa de Artesanato Brasileiro e dá outras providências. Disponível em

XII ENECULT

ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

<<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/DNN/Anterior%20a%202000/1991/Dnn63.htm#art5>>. Acesso em 03 abr. 2016.

BRASIL. Decreto n.83.290 de 13 de março de 1979. Dispõe sobre a classificação de produtos artesanais e identificação profissional do artesão e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/D83290.htm>>. Acesso em 03 abr. 2016.

BRASIL. Decreto n. 80.098 de 08 de agosto de 1977. Institui o Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/D80098.htm>>. Acesso em 03 abr. 2016.

CARDOSO, Viviane Souza Valle; Goldenstein, Marcelo; Mendes, Eduardo da Fonseca; Gorgulho, Luciane. **A preservação do patrimônio cultural como âncora do desenvolvimento econômico**. Biblioteca Digital. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. BNDES Setorial-Cultura. BNDES Setorial 34, 2011. p. 351-388. Disponível em https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/1603/1/A%20BS%2034%20A%20preserva%C3%A7%C3%A3o%20do%20patrim%C3%B4nio%20cultural%20como%20%C3%A2ncora%20do%20desenvolvimento%20econ%C3%B4mico_P.pdf. Acesso em 13 abr. 2016.

CARVALHO, C. A. P.; PASCHOAL, D. C. P.; HOLANDA, L. de A. **Práticas participativas de gestão nos Pontos de Cultura**. Cartilha – Pontão de Cultura UFPE. 2010.

CARRÉRA, Guilherme. Igarassu ganha Casa do Patrimônio. **Pernambuco.com**. 14 ago 2015. Disponível em: <<http://www.pernambuco.com/app/noticia/turismo/45,30,46,15/2015/08/14/interna_turismo,592414/igarassu-ganha-casa-do-patrimonio.shtml>>. Acesso em 03 abril 2016.

COLEGIADO DE ARTESANATO CNPC. **Regimento Interno**. Disponível em <<<http://colegiadoartesanatocnpc.blogspot.com.br/p/regimento-interno-colegiado-setorial-de.html>>>. Acesso em 03 abr. 2016.

CONDEPE/FIDEM. **Base de dados do Estado**. Disponível em <<http://www.bde.pe.gov.br/ArquivosPerfilMunicipal/IGARASSU.pdf>>. Acesso em 09 jul 2015.

DORNELAS, J. A. C. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

DOUEK, Daniel. Mesa Redonda: Artesanato: arte, cultura e economia. **SEMINÁRIO OLHARES DA GESTÃO CULTURAL**, II, 2014, São José dos Campos/SP. Oficina Cultural – Altino Bondesan, do Governo do Estado de São Paulo. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=4_h11qVeC70. Acesso em 10 de out 2015.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil dos estados e dos municípios brasileiros**: cultura 2014 / IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. - Rio de Janeiro: IBGE, 2015.



IPHAN. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Igarassu (PE)**. Disponível em: <<<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/350/>>>. Acesso em 07 jun. 2016.

MDIC. Ministério do Desenvolvimento da Indústria e do Comércio Exterior. **Programa do Artesanato Brasileiro**. Disponível em <<<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=4&menu=2046>>> Acesso em 27 mar. 2013.

OLIVETTE, Cris. 2012. Artesanato já movimenta R\$ 50 bilhões por ano no Brasil e envolve 8,5 milhões de pessoas. **Estadão**. 10 dez 2012. Disponível em: <<<http://pme.estadao.com.br/noticias/noticias,artesanato-ja-movimenta-r-50-bilhoes-por-ano-no-brasil-e-envolve-8-5-milhoes-de-pessoas,2507,0.htm>>>. Acesso em 02 ago 2015.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business Model Generation. São Paulo: Alta Books, 2011.

PROMOART. **Sobre o Promoart**. Disponível em <<<http://www.promoart.art.br/content/sobre-o-promoart>>>. Acesso em 02 ago 2015.

QUEIROZ, Roosevelt Brasil. **Formação e gestão de políticas públicas**. 2ed. Curitiba: Ibpex, 2009.

REIS, Ana Carla Fonseca; DEHEINZELIN, Lala. **Cadernos de Economia 387 Criativa: Economia Criativa e Desenvolvimento Local**. Disponível em: http://www.garimpodesolucoes.com.br/downloads/ebook_br.pdf>. Acesso em 16 nov 2015.

RODRIGUES, Larissa. Recuperação do Museu Histórico de Igarassu, da Casa do Artesão e requalificação da PE-35 vão incentivar turismo no litoral Norte. **Diário de Pernambuco**. 17 dez 2015. Disponível em <<http://www.diariodepernambuco.com.br/app/46,15/2015/07/22/interna_turismo,587974/recuperacao-do-museu-historico-de-igarassu-da-casa-do-artesao-e-requalificacao-da-pe-35-vao-incentivar-turismo-no-litoral-norte.shtml>>. Acesso em 2 jun 2016.

SERAINE, Ana Beatriz Martins dos Santos. Ressignificação produtiva do setor artesanal na década de 1990: o encontro entre artesanato e empreendedorismo. Tese de doutorado. Campinas, SP: UNICAMP, 2009.

ZANETTI, Eloi. Produto artesanal e setor empresarial: caminhos possíveis. In: SAMPAIO, Helena (coord.). **ARTESANATO: INTERVENÇÕES E MERCADOS – Caminhos possíveis**. São Paulo: Sebrae, 2007.