



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

AÇÕES E ESTRATÉGIAS PARA O ENFRENTAMENTO DA PANDEMIA NO SETOR DO ARTESANATO NO RIO GRANDE DO SUL

RESUMO

A pandemia causada pela Covid-19 abalou o mundo e trouxe transformações significativas nas formas de se comunicar, de trabalhar e de consumir. Adaptações foram necessárias nos mais diferentes setores da economia, sendo que na Indústria Criativa não foi diferente. Por iniciativa do Mestrado de Indústria Criativa da Universidade Feevale, foi desenvolvida a pesquisa “Covid-19 e os Impactos na Indústria Criativa do Rio Grande do Sul” que tem por objetivo identificar o perfil de atuação de profissionais, os processos criativos e impacto da COVID-19 no consumo em plataformas digitais. Desta forma destacam-se dois eixos: a produção nos setores criativos e o consumo em plataformas digitais. Este artigo destina-se a apresentar um recorte desta pesquisa e traz os resultados pertinentes ao artesanato tendo como objetivo o entendimento e compreensão do cenário neste setor, de que forma está sendo afetado, bem como quais as atitudes e ações de enfrentamento estão sendo utilizadas. Para tanto, utilizou-se de pesquisa exploratória descritiva, por meio de revisão de literatura e aplicação de questionário via *Google Forms*, que ficou disponível entre 30 de junho e 04 de setembro de 2020 e contou com 45 participantes. O artigo também traz um panorama com algumas ações propostas pelo Programa Gaúcho do Artesanato (PGA) para o enfrentamento da crise. As informações coletadas demonstram grande relevância para o setor no sentido de contribuir na busca de soluções neste cenário de grandes incertezas.

PALAVRAS-CHAVE

Indústria Criativa. Artesanato. Covid-19. Pandemia.

Actions and strategies for addressing the pandemic in the handcraft sector in Rio Grande do Sul

ABSTRACT

The pandemic caused by Covid-19 shook the world and brought about significant changes in the ways of communicating, working and consuming. Adaptations were necessary in the most different sectors of the economy, and in the Creative Industry it was no different. At the initiative of the Master of Creative Industry at the Feevale University, the research “Covid-19 and the Impacts on the Creative Industry of Rio Grande do Sul” was developed, which aims to identify the profile of professionals, the creative processes and the impact of COVID -19 in consumption on digital platforms. Thus, two axes stand out: production in the creative sectors and consumption on digital



platforms. This article aims to present an excerpt from this research and brings the results relevant to handicrafts aiming at understanding and understanding the scenario in this sector, how it is being affected, as well as what attitudes and coping actions are being used. For this purpose, a descriptive exploratory research was used, through literature review and questionnaire application via Google Forms, which was available between June 30 and September 4, 2020 and had 45 participants. The article also provides an overview of some actions proposed by the Gaucho Crafts Program (PGA) to face the crisis. The information collected demonstrates great relevance for the sector in order to contribute in the search for solutions in this scenario of great uncertainties.

Keywords: Creative Industry. Handicrafts. Covid-19. Pandemic.

Acciones y estrategias para abordar la pandemia em el sector de la artesanía em Rio Grande do Sul

RESUMEN

La pandemia provocada por Covid-19 conmovió al mundo y provocó cambios importantes en las formas de comunicarse, trabajar y consumir. Las adaptaciones eran necesarias en los más diferentes sectores de la economía, y en la Industria Creativa no fue diferente. Por iniciativa de la Maestría en Industria Creativa de la Universidad Feevale, se desarrolló la investigación “Covid-19 y los Impactos en la Industria Creativa de Rio Grande do Sul”, que tiene como objetivo identificar el perfil de los profesionales, los procesos creativos y el impacto de COVID -19 en consumo en plataformas digitales. Así, destacan dos ejes: la producción en los sectores creativos y el consumo en plataformas digitales. Este artículo tiene como objetivo presentar un extracto de esta investigación y trae los resultados relevantes para la artesanía con el objetivo de comprender y comprender el escenario en este sector, cómo se está afectando, así como qué actitudes y acciones de afrontamiento se están utilizando. Para ello, se utilizó una investigación exploratoria descriptiva, mediante revisión de literatura y aplicación de cuestionario vía Google Forms, que estuvo disponible entre el 30 de junio y el 4 de septiembre de 2020 y contó con 45 participantes. El artículo también ofrece un panorama general de algunas acciones propuestas por el Programa de Artesanía Gaucha (PGA) para enfrentar la crisis. La información recogida demuestra una gran relevancia para el sector a fin de contribuir en la búsqueda de soluciones en este escenario de grandes incertidumbres.

Palabras clave: Industria creativa. Artesanía. COVID-19. Pandemia.

INTRODUÇÃO



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

O mundo foi surpreendido pela Covid-19 e uma pandemia de proporção mundial transformou a vida de toda população. Muitas medidas foram adotadas com o intuito de salvar vidas e conter o avanço do vírus, sendo a de maior impacto na vida das pessoas e na economia global foi a quarentena. Por motivos de segurança muitas pessoas começaram a trabalhar *home-office* e grande parte das indústrias, comércio, escolas e serviços se mantiveram de portas fechadas, causando um enorme impacto na economia em todos os setores. Diante deste cenário de tantas transformações, a Universidade Feevale, através do Mestrado de Indústria desenvolveu a pesquisa “COVID-19 e os Impactos na Indústria Criativa do Rio Grande do Sul” que teve por objetivo conhecer e compreender os cenários dos setores que compõe a Indústria Criativa no Estado do Rio Grande do Sul. A pesquisa se desenvolveu em dois eixos: a produção nos setores criativos e o consumo em plataformas digitais. O primeiro, com objetivo de identificar o perfil de atuação de profissionais e os processos criativos no atual cenário, e o segundo eixo, focado no impacto da COVID-19 no consumo em plataformas digitais.

A indústria criativa ocupa espaço relevante na economia nacional. Conforme o último mapeamento da indústria criativa no Brasil, da Firjan (2019), o PIB criativo vem num constante crescimento: 2004 era de 2,09% e em 2017 é de 2,61%. No ano de 2017 o PIB criativo totalizou R\$ 171,5 bilhões. O presente artigo é um recorte da pesquisa e tem seu foco no artesanato, importante setor da indústria criativa que promove ganhos significativos sociais e culturais aos que praticam a atividade e na comunidade em que este está inserido. “Ele é fonte de renda, meio de expressão e preservação das culturas locais, modelo de valorização de pessoas e comunidades, estilo de vida, alternativa sustentável de consumo, dentre outros.” (GUICHON, 2019). Segundo dados do IBGE (AGÊNCIA SEBRAE, 2019), o artesanato brasileiro vem se fortalecendo ao longo dos últimos 20 anos por consequência da ascensão da economia criativa. O artesanato movimenta hoje R\$ 50 bilhões ao ano e é responsável pela renda de aproximadamente 10 milhões de pessoas.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

O artigo traz uma análise das respostas obtidas a partir de pesquisa exploratório descritiva, por meio de revisão de literatura, pesquisa em sites e aplicação de questionário via Google *Forms*, que ficou disponível entre 30 de junho e 04 de setembro de 2020 e contou com a resposta de 45 participantes. O objetivo da pesquisa é a compreensão do cenário no setor do artesanato a partir da identificação do perfil de atuação dos profissionais e seus processos criativos diante da situação de pandemia. Também contribuem para o entendimento do cenário, a investigação de ações emergenciais e as estratégias adotadas para o melhor enfrentamento da crise. Desta forma percebe-se um movimento de algumas entidades ligadas ao artesanato gaúcho que promoveram ações com este objetivo.

A pesquisa quantitativa desenvolvida a partir de questionário trouxe resultados relevantes, sendo possível destacar: 62% dos artesãos tiveram suas atividades muito afetadas pela pandemia, chegando a reduzir em mais de 60% o seu volume de vendas. Os seus principais pontos de comercialização eram as feiras e eventos, além de loja física (fechados na pandemia). Os artesãos que participaram da pesquisa também destacaram algumas sugestões de ações como forma de enfrentamento da crise, como por exemplo, cursos de aperfeiçoamento profissional online, orientação de especialistas nas áreas de economia/finanças, abertura de canais ou sites de vendas online e programas de apoio e suporte do governo.

Este conjunto de dados obtidos com as pesquisas reforçam o quanto a pandemia causada pelo Covid-19 afetou o setor do artesanato e a vida dos artesãos do estado. Adaptações, aprendizado, novos conhecimentos, novos formatos foram incorporados no dia a dia destes profissionais com o intuito de manter viva esta arte e fazer com que ela continuasse a chegar ao público consumidor.

1 ARTESANATO: UMA ATIVIDADE ECONÔMICA DA INDÚSTRIA CRIATIVA



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

O artesanato é uma atividade milenar e que pode ser compreendida a partir de dimensões sociais, culturais e econômicas. Bourdieu (2007) compreende a atividade artesanal como um campo social com relativa autonomia, que se constitui de diversos agentes que entram em conflito e associação por uma série de recursos materiais e simbólicos, o que permite compreender e atuar em posições objetivas e disposições (subjetivas) ou interesses no espaço social. Uma visão pertinente de âmbito social sobre uma atividade estruturada, tendo como participantes os artesãos, ou associações e instituições a qual fazem parte, que buscam seu espaço em um ambiente (uma sociedade) através de seus produtos.

A Unesco em 1997 define o seguinte conceito ao artesanato:

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

Conforme definição da Unesco, o artesanato pressupõe a produção de produtos desenvolvidos pelas mãos dos artesãos e que utilize predominantemente o fazer manual. Desta forma, este produto, fruto deste trabalho, necessita chegar ao público de interesse, necessitando assim de um mercado e uma economia com políticas públicas específicas. Conforme Borges (2011), somente a partir da década de 1990 que surgem iniciativas com o intuito de promover o artesanato no Brasil. Em 1995, surge o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB/MDIC), com atribuição de elaborar políticas públicas elevando seu nível cultural, profissional, social e econômico comercial por meio de feiras e eventos nacionais e internacionais; mapeamento do setor artesanal pelo Sistema de Informação do Artesanato – SICAB; promoção de capacitação para artesãos e multiplicadores com foco em empreendedorismo; e estruturação de núcleos de



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

produção artesanal pelos PABs estaduais. Logo depois, em 1998, é implementado o Programa SEBRAE de Artesanato, com alcance nacional, objetivando levantar informações sobre o cenário do artesanato brasileiro e atuar na formação dos artesãos, em diversas áreas vinculadas ao empreendedorismo, e no acesso ao mercado, para o fortalecimento do negócio do artesanato.

A Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, publicado pela portaria n^o 29, em outubro de 2010, pelo MDIC (BRASIL, 2010), e na publicação do Termo de referência do Programa SEBRAE de Artesanato em 2004, atualizado em 2010 (SEBRAE, 2010) divide o artesanato em categorias considerando os materiais utilizados, bem como as técnicas para a produção. As categorias são as seguintes: arte popular, artesanato tradicional, artesanato indígena, artesanato de referência cultural, artesanato conceitual e trabalho manual.

A economia criativa, conforme Reis (2008), oportuniza ao artesão e a comunidade onde ele está inserido, atividades que utilizem sua própria formação, cultura e raízes, visto o aumento do reconhecimento da criatividade e do talento humano, tornando-se um importante instrumento para fomentar ganhos de desenvolvimento, uma opção viável de crescimento que leva em conta a realidade e os limites da comunidade. Neste sentido, entende-se a importância do fomento da economia criativa para a atividade do artesanato, uma vez que esta oportuniza ao profissional maior visibilidade do seu talento e da sua criatividade transformada em produto. Uma atividade que permite o desenvolvimento econômico e sociocultural tanto do profissional quanto da comunidade onde este está inserido, transformando assim muitas realidades.

De uma atividade milenar até uma atividade focada no desenvolvimento social e econômico, o artesanato trilhou um longo caminho. Para Betjemann (2008), o ressurgimento do artesanato é argumento para pensar sobre o trabalho e suas possibilidades de emancipação que tem oferecido, desde o final do século XIX e o início do XX. Desta forma, o artesanato recebe o propósito de ser um modo de produção



alternativo ao industrial, uma nova forma de repensar o trabalho a partir de técnicas artesanais.

Como forma de expansão e revitalização, o artesanato deve receber incentivo a ações, como, a formação de cooperativas imbuídas da tarefa de melhorar as técnicas produtivas e condicionar a inserção dos produtos em mercados maiores e mais rentáveis. (MIRANDA et al., 2007). Conforme os autores, unindo-se técnicas produtivas melhores, capacitação e treinamento, bem como foco empreendedor, tem-se produtos de maior qualidade, tornando-os mais competitivos no mercado. Desta forma, compreende-se a necessidade do artesanato em passar por um processo de desenvolvimento para que atinja um patamar de produto comercializável e atrativo ao mercado. De acordo com Howkins (2013), o artesanato pode seguir dois mercados distintos; o das artes quando as peças são expostas em galerias e vendidas em leilões e os mercados de turismo e entretenimento.

A atividade de artesanato está presente em 67% dos municípios do país e movimenta em torno de 50 bilhões ao ano, empregando 10 milhões de pessoas, conforme dados do Sebrae de 2019. O Estado do Rio Grande do Sul possui cerca de 90 mil artesãos entre ativos e inativos, sendo destes, responsáveis por 2,5 % do PIB na economia, conforme aponta a coordenadora do Colegiado Setorial do Artesanato RS (SEDAC) e presidente da Federação de Entidades de Artesãos do Estado do Rio Grande do Sul (FEDARGS), Rejane Beatriz Verardo. (BRASIL DE FATO, 2020), além de fomentar o turismo, gerar trabalho e renda e de difundir a cultura local.

2 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Os objetivos que norteiam esta pesquisa buscam a compreensão do cenário de crise causado pela pandemia do Covid-19 nos setores culturais e criativos. Sendo assim, este artigo é um recorte da pesquisa “Covid-19 e os Impactos na Indústria Criativa do Rio Grande do Sul” e tem seu foco no setor do artesanato. Nesta pesquisa foi utilizado o método exploratório descritivo para a realização da fundamentação



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

teórica, por meio de revisão bibliográfica em livros, documentos e materiais disponíveis em sites.

Por uma iniciativa do Mestrado de Indústria Criativa da Universidade Feevale, formou-se um grupo composto por professores, alunos e bolsistas que desenvolveram a pesquisa que se apresenta em parte neste artigo. A coleta de informações ocorreu em duas formas que ocorreram de forma simultânea. Através de pesquisa denominada quantitativa que abordou o setor do artesanato através de amostragem probabilística com questionário de 30 perguntas via *Google Forms* que ficou disponível entre os dias 30 de junho e 04 de setembro de 2020. As questões foram divididas entre escalonadas, múltipla escolha e abertas que abordaram os dados pessoais do respondente (13 perguntas), questões que abordam o respondente com relação ao setor do artesanato (12 perguntas) e por fim 5 perguntas sobre as expectativas com relação ao setor diante da situação de quarentena. Com o objetivo de divulgar a pesquisa, algumas ações foram necessárias como: divulgação em sites e redes sociais e na mídia (televisão, rádio e jornais). Seguindo a linha da divulgação e também com o intuito de engajamento das entidades do setor, foram contatadas mais de 30 instituições através de e-mails, telefonemas, mensagens via whatsapp e messenger do facebook.

Durante o período em que o questionário esteve disponível, foi desenvolvido um monitoramento do setor com o objetivo de acompanhar as ações que estavam sendo tomadas na busca por alternativas de combate a crise. Destacam-se as ações desenvolvidas pela Secretaria de Trabalho e Assistência Social (STAS) e a Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social (FGTAS), bem como o Sebrae RS com conteúdo e eventos alusivos ao tema em questão.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa inicialmente apresenta informações que compõem o perfil dos respondentes. Na sequência a abordagem se divide em três eixos: o primeiro diz respeito as atividades profissionais e ocupação no setor do artesanato, o segundo



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

corresponde ao impacto da pandemia e o terceiro eixo corresponde a sugestões e ações para enfrentamento da crise.

3.1 Perfil dos profissionais do artesanato

No que diz respeito ao perfil dos respondentes foi possível identificar que 95% são mulheres, reforçando a premissa de que as mulheres são a grande maioria entre os profissionais do artesanato. A faixa etária é predominante os profissionais com mais de 51 anos (54,8%), com um bom nível de escolaridade, sendo que 45,3% com ensino superior completo ou em desenvolvimento, 14,3% com pós-graduação. A etnia está dividida igualmente entre 25% brancos, 25% negros, 25% pardos e 25% não informaram, bem como o estado civil entre casado (a), solteiro (a), divorciado (a) em 33,3% para cada um.

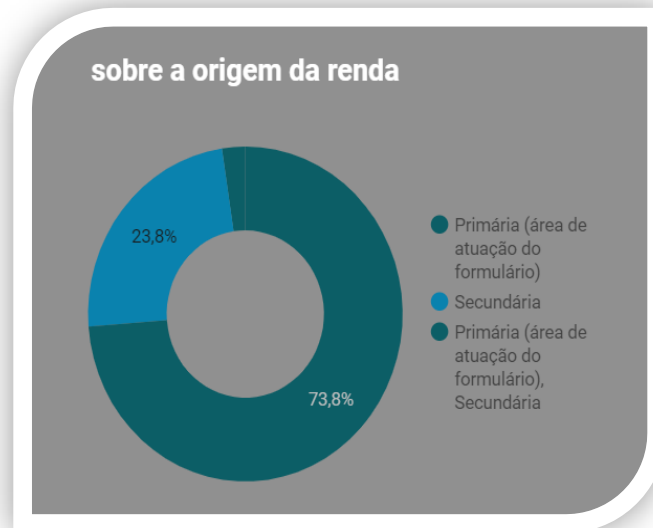
3.2 Atividades profissionais e Ocupação no setor

No que diz respeito as atividades profissionais, 73,8% dos respondentes tem a atividade do artesanato como principal fonte de renda (Gráfico 1), o que demonstra o potencial econômico da atividade.

Gráfico 1 Origem da Renda



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal



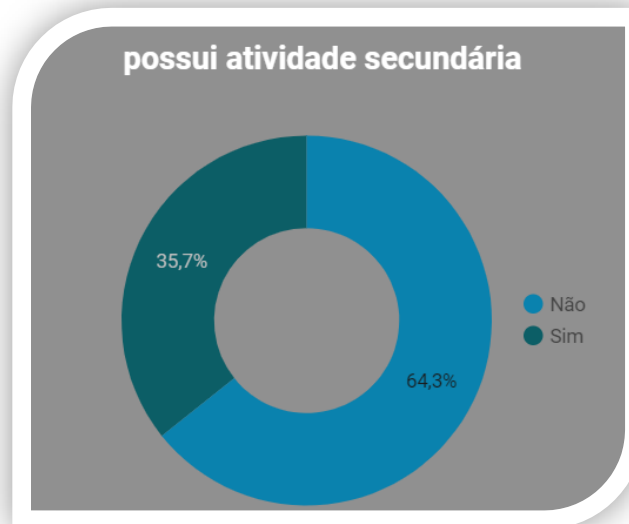
Fonte: Pesquisa COVID-19 e os Impactos na Indústria Criativa do Rio Grande do Sul, 2020.

A força desta atividade fica ainda mais evidente quando considera-se que mais da metade dos respondentes afirmam não possuir outra atividade profissional além do artesanato (Gráfico 2). Neste sentido, esta informação revela uma significativa diferença, pois no Brasil, conforme Borges (SESCSP, 2019) em entrevista para a Revista Além das Asas, existem muitos cidadãos que praticam a atividade do artesanato como segunda atividade, seja na zona rural, seja na zona urbana.

Gráfico 2 Ocupação no setor



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal



Fonte: Pesquisa COVID-19 e os Impactos na Indústria Criativa do Rio Grande do Sul, 2020.

No eixo de ocupação no setor, algumas informações ganham destaque, como por exemplo o fato de que 42,9% atuam na atividade entre 11 e 25 anos e 23,8% a mais de 25 anos são atuantes na atividade de artesanato. Ou seja, são artesãos com grande bagagem e vivência na arte do saber-fazer com as mãos, sendo que 38,1% desenvolvem o artesanato de categoria manual, onde ocorre a simples transformação de matéria-prima a partir de moldes pré-definidos e materiais industrializados. (BRASIL, 2010), ainda destacam-se o artesanato tradicional, que representa as tradições, cultura da sua comunidade, transmitido por gerações, o artesanato conceitual, que são objetos produzidos a partir de um projeto que representa estilo de vida ou afinidade cultural, inovação é o elemento principal e o artesanato de referência cultural, que são produtos que sofreram alguma intervenção, seja de designers, arquitetos e artistas, adequando às exigências do mercado (BRASIL, 2010), que somam juntos 33,6%. Tendo em vista que a questão era de múltipla escolha, nota-se que muitos artesãos desenvolvem mais de uma tipologia de artesanato. Outro dado que ganha destaque na pesquisa é o alto número

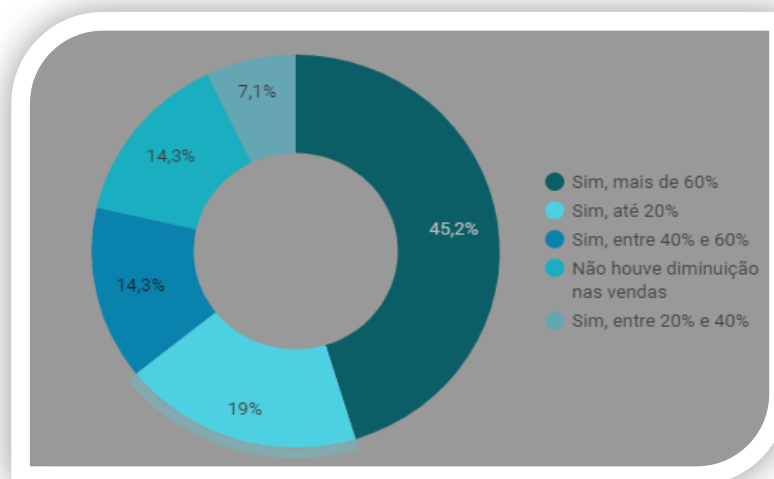


MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

de profissionais sem vínculo empregatício, ou seja, os trabalhadores informais representam mais da metade dos respondentes (64,3%).

As consequências geradas pelas medidas de distanciamento social, demonstram que a atividade sofreu impacto, conforme apontaram os respondentes, 62% afirmaram que afetou muito a atividade. Nos gráficos 3 e 4 observa-se este impacto através da diminuição do volume de vendas e em consequência a perda de rendimentos.

Gráfico 3 Diminuição no volume de vendas

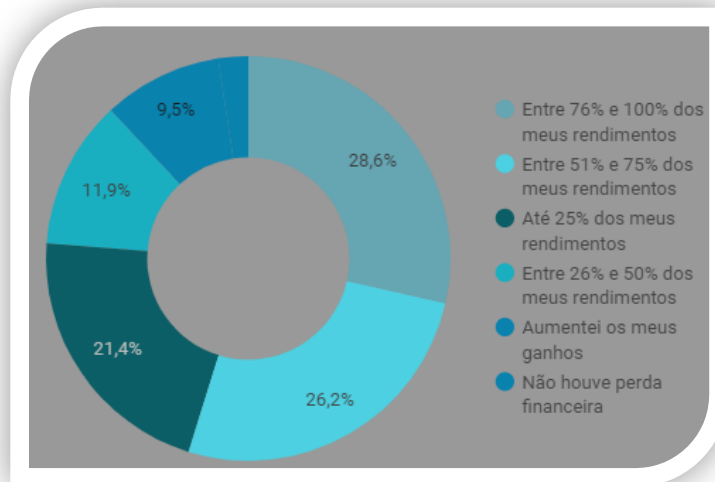


Fonte: Pesquisa COVID-19 e os Impactos na Indústria Criativa do Rio Grande do Sul, 2020.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

Gráfico 4 Estimativa de valor que deixou de receber



Fonte: Pesquisa COVID-19 e os Impactos na Indústria Criativa do Rio Grande do Sul, 2020.

Com a diminuição do volume de vendas, a renda consequentemente também caiu, como é possível observar no gráfico 4, 55% dos respondentes perderam entre 51% e 100% de sua renda. Com as medidas de distanciamento social, estabelecimentos comerciais considerados não essenciais permaneceram fechados e feiras e exposições foram impedidas de acontecer. Neste contexto, a atividade sofreu forte impacto, conforme responderam os profissionais, pois antes da pandemia os principais canais de comercialização dos produtos eram: feiras em eventos e exposições, feiras solidárias, lojas físicas e Redes Sociais (74,1%). Desta forma, o impacto no setor foi elencado pelos profissionais através dos fatores: diminuição de vendas e rendimentos, fechamento temporário de loja física, feiras fechadas temporariamente, dificuldades de comprar materiais e até a parada total de produção somaram-se 86%, o desenvolvimento de novos produtos, uso de diversidade de materiais, ampliação das relações em redes sociais, descoberta/ampliação de novos canais de vendas e adequação dos produtos às novas necessidade também foram apontados como fatores de impacto na atividade (14%).



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

Este cenário de forte impacto na atividade causado pela pandemia também foi mencionado pela artesã, coordenadora do Colegiado Setorial do Artesanato RS (SEDAC) e presidente da Federação de Entidades de Artesãos do Estado do Rio Grande do Sul (FEDARGS), Rejane Beatriz Verardo em entrevista ao site Brasil de Fato (2020). “Para se ter uma ideia, só em Porto Alegre são realizadas 23 feiras de Artesanato e Briques, onde participam artesãs e artesãos moradores de Porto Alegre e região metropolitana, cadastrados na Divisão de Fomento ao Artesanato da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico-SMDE. Com as regras de isolamento social decretadas pelo estado e municípios, tais espaços foram suspensos por tempo indeterminado, causando o rompimento abrupto das atividades econômicas da categoria, na comercialização do seu artesanato, que tem como característica o trabalho familiar, onde dependem exclusivamente desta renda para o seu sustento e sobrevivência.” A ruptura das atividades, complementa Verardo (BRASIL DE FATO, 2020), leva estas famílias a uma situação de vulnerabilidade social. Neste contexto, o artesanato é compreendido a partir de uma função social, como uma atividade estruturada, tendo como participantes os artesãos, que buscam seu espaço na sociedade. (BOURDIEU, 2007).

O impacto referente a diminuição do volume de vendas está mensurado na tabela 1, bem como o volume de peças comercializado antes e durante a pandemia.

Tabela 1 Impactos da pandemia na atividade de artesanato

Diminuição do volume de vendas	%
+ 60%	45,2
Peças comercializadas antes da pandemia	%
21 a 40 peças	21
Menos de 10 peças	21,4



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

Até 20 peças 19%

Peças comercializadas durante a pandemia	%
Menos de 10 peças	64,3
Até 20 peças	14,3
De 21 a 40 peças	21,9

Fonte: Elaborada pelo autora.

A acentuada queda no volume de vendas (\$) em conjunto com a forte diminuição de peças comercializadas, representam o alto índice de profissionais que consideram suas atividades muito afetadas pela pandemia. Apesar deste cenário de grandes dificuldades e desafios, um dado que chama a atenção é o impacto no processo criativo. Neste aspecto a pesquisa apontou que 31% teve o processo criativo pouco alterado, 26,2% alterou moderadamente e 21,4% não sofreu alterações.

Os profissionais que participaram da pesquisa contribuíram com sugestões de ações para o enfrentamento da crise, respondendo uma questão de múltipla escolha, sendo possível destacar: cursos de aperfeiçoamento profissional online, como forma de adquirirem maior desenvolvimento profissional (28,8%), orientação de especialistas nas áreas de economia/finanças com o objetivo de auxiliar os profissionais nestas áreas (preço, fluxo de caixa, mercado financeiro, juros entre outros), 26,3% abertura de canais ou *sites* de vendas *online* (7,2%) pois entende-se a importância deste formato de vendas em um momento onde locais físicos não estavam disponíveis e programas de apoio e suporte do governo (14,3%).

A última pergunta da pesquisa, tratava-se de uma questão aberta, onde os artesãos tiveram a oportunidade de elencar sugestões de ações efetivas que poderiam colaborar na recuperação do setor, podendo-se citar as mais relevantes: Reabertura parcial/total comercio; vendas com tele entrega; feiras online; divulgação de locais para



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

cadastramento de participação em feiras e eventos; mais cursos gratuitos e materiais mais baratos; cooperativismo virtual; suporte para vendas online; portal p/ divulgação de produtos artesanais de qualidade; valorização do que é feito à mão, do que é local/ estimular compra; valorização do artesanato enquanto processo criativo, cognitivo e de valor único; mais incentivo dos governantes dos municípios; ajuda financeira dos governos, mais apoio do governo, subsídio.

Com isso, para o enfrentamento da crise, durante o período em que o questionário esteve disponível, verificou-se algumas ações e estratégias coletivas, por parte da Secretaria de Trabalho e Assistência Social (STAS) e a Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social (FGTAS), como por exemplo: feira e exposição virtual, capacitações, concursos, blog e webnário. Abaixo uma breve descrição destas iniciativas:

37ª Expoargs 2020 Virtual - 1ª Exposição virtual de Produtos de Artesanato do Estado:

Feira virtual em alternativa à 37ª Expoargs, maior feira de artesanato do estado e teve como objetivo divulgar o trabalho e as peças de alta qualidade confeccionadas pelos artesãos gaúchos, de modo a promover a comercialização, por meio da aproximação do artesão com os consumidores. Trata-se de uma alternativa encontrada para fomentar o setor e manter a realização dos eventos que geram emprego e renda para as famílias gaúchas com segurança, durante a pandemia de coronavírus.

Concursos de Valorização do Artesanato Gaúcho: Os artesãos inscritos no evento 1ª Exposição virtual de Produtos de Artesanato do Estado, também tiveram a oportunidade em participar dos Concursos de Valorização do Artesanato Gaúcho. O evento também disponibilizou atividades de capacitação e de orientação sobre temas como fotografia e vídeos, redes sociais, marketing digital, ferramentas virtuais, atendimento e prospecção, relacionamentos e negócios e parcerias e estratégias.

Blog: www.artesanatogauchor.br, iniciativa que contava com o maior acervo de artesanato gaúcho e reunia profissionais registrados no Programa Gaúcho do Artesanato (PGA) e habilitados para o trabalho com 329 matérias-primas e técnicas. Um



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

espaço destinado a exposição de produtos de alta qualidade, com o objetivo de aproximar produtores e consumidores, além de centralizar informações sobre os eventos virtuais promovidos pelo PGA.

Webnário Seminário Estadual do Artesanato “Artesão em Foco”. Será um evento a ser realizado entre os dias 23 de novembro e 4 de dezembro, e terá por objetivo fornecer orientações voltadas a profissão do artesão e ao desenvolvimento do artesanato, além de proporcionar atividades de troca de experiência e promover espaços de discussão das políticas públicas e o aprimoramento das técnicas artesanais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foram muitas as transformações impostas pela pandemia do Covid-19, os mais diversos setores foram de alguma forma impactados, com o setor do artesanato não foi diferente. Distanciamento social, quarentena, comércio de portas fechadas, feiras e exposições canceladas ou adiadas, foram apenas algumas medidas extremas que a pandemia impôs para o setor. Sob a ótica do artesão a pesquisa trouxe informações relevantes da atuação profissional, o desenvolvimento dos seus processos criativos e por fim as sugestões de ações para o enfrentamento da crise.

A pesquisa quantitativa desenvolvida a partir de questionário trouxe resultados relevantes, sendo possível destacar: 62% dos artesãos tiveram suas atividades muito afetadas pela pandemia, chegando a reduzir em mais de 60% o seu volume de vendas. Os números revelam o impacto negativo que o setor sofreu, podendo-se destacar a queda do volume de vendas e renda em decorrência do fechamento das lojas físicas e cancelamento de feiras, eventos e exposições, principais canais de vendas antes da pandemia.

A pesquisa demonstra a força econômica do setor tendo em vista o grande percentual de respondentes que tem o artesanato como sua atividade primária ou que tem nela sua principal fonte de sustento reforçando o artesanato como um modo de produção alternativo ao industrial, uma outra possibilidade de compreender o trabalho.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

(BETJEMANN,2008), o que demonstra sua capacidade de gerar emprego e renda fora dos parques industriais, a partir das técnicas do saber-fazer com as mãos.

Os participantes da pesquisa demonstraram através de suas sugestões para enfrentamento da crise uma grande necessidade em conectar o artesanato com o *online*, fazendo chegar seu produto aos clientes através de um formato pouco conhecido até então. Incentivo do governo e maior valorização ao artesão, ao produto artesanato, também recebeu destaque entre as respostas, conforme cita uma das respondentes: “Valorização do que é feito à mão, do que é local, uma vez que é difícil competir com produtos importados e industrializados.”

Algumas ações por parte do FGTAS e STAS tiveram por objetivo contemplar as necessidades elencadas pelos respondentes na pesquisa, como por exemplo a 1ª Exposição virtual de Produtos de Artesanato do Estado, concurso do artesanato gaúcho, atividades de capacitação e orientação, blog e webnário. Trata-se de ações em âmbito estadual que foram divulgadas virtualmente e contemplavam os profissionais com a Carteira do Artesão, expedida pelo Programa do Artesanato Gaúcho (PGA).

A pesquisa cumpre sua missão na medida em que deu voz aos profissionais do setor do artesanato, dando-lhes a oportunidade em expor as transformações que estavam sendo sentidas em virtude da pandemia, bem como suas dificuldades e sugestões. Aos pesquisadores trouxe a compreensão de um cenário que ao mesmo tempo em que sofria forte impacto negativo, demonstrava que novos formatos eram possíveis.

REFERÊNCIAS

BETJEMANN, Peter. **Craft and the limits of skill: handicrafts revivalism and the problem of technique**. Journal of Design History, 2018. Disponível em:

<https://www.jstor.org/stable/25228581?seq=1>

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

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectivas, 2007.



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

BRASIL. Portaria nº 29 de 05 de outubro de 2010. **Tornar pública a base conceitual do artesanato brasileiro, na forma de anexo.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, n. 192, p. 100 a 102. 06 de outubro de 2010. Seção 1.

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA. **Economia Criativa emprega mais do que setores tradicionais da produção gaúcha, aponta pesquisa.** Disponível em: <https://dee.rs.gov.br/economia-criativa-emprega-mais-do-que-setores-tradicionais-da-producao-gaucha-aponta-pesquisa> Acesso em: 16 de novembro de 2020.

INVESTRS. **Indústria Criativa.** Disponível em <https://investrs.com.br/industria-criativa>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. (PDF)** Disponível em: <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>. Acesso em: 04 de junho de 2020.

GUICHON, Nara. **A Importância do Artesanato para uma sociedade mais justa.** Florianópolis: Wordpress, 2019. Disponível em: <https://naraguichontextil.wordpress.com/2019/05/23/a-importancia-do-artesanato-para-uma-sociedade-mais-justa/>

HOWKINS, John. **Economia Criativa: Como ganhar dinheiro com ideias criativas.** São Paulo: M.Books do Brasil, 2013.

LITRELL, Mary. **Symbolic significance of textile crafts for tourists.** *Annals of Tourism Research*. v. 17, n. 1, p. 228-245, 1990.

MIRANDA, Antônio Carlos, LIRIO, Viviani Silva, SOUZA Sidney Cabral de. **Condicionantes da competitividade da cadeia produtiva do artesanato no município de Aimorés.** Minas Gerais. Organizações e Sociedade, 2007.

PAB. **Base Conceitual do Artesanato Brasileiro.** Disponível em: <https://manosdeartesano.files.wordpress.com/2013/06/base-conceptual-del-artesano-brasileiro.pdf>. Acesso em 16 de maio de 2019.

REIS, Ana Carla Fonseca . **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento.** São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Termo de referência:** atuação do Sistema SEBRAE no artesanato. Brasília: SEBRAE, 2010. SEBRAE. (PDF) **Comércio e Serviços.** Disponível em: <file:///C:/Users/drinh/OneDrive/Documentos/Artesanato/Artesanato%20sebrae.pdf> Acesso em: 06 de maio de 2019.

VERARDO, Rejane Beatriz. **Com a pandemia, situação dos artesãos gaúchos está no limite.** Porto Alegre, Brasil de Fato, 2020. Disponível em:



MESTRADO PROFISSIONAL
INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E ECONOMIA CRIATIVA (PPGCOM/UCB)
V COLÓQUIO INTERPROGRAMAS SECOMUNICA 2020
27 de novembro de 2020, Brasília, Distrito Federal

<https://www.brasildefatores.com.br/2020/05/18/com-a-pandemia-situacao-dos-artesaos-gauchos-esta-no-limite>