

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO TECNOLOGIAS
E SOCIEDADE

TEORIA ATOR-REDE, DESIGN DE AMBIENTES E FEIRA DE ARTESANATO:
AMBIENTES DA FEIRA DE ARTESANATO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA
EM ITAJUBÁ/MG

Carlos Magno Pereira

Itajubá, março de 2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO TECNOLOGIAS
E SOCIEDADE

Carlos Magno Pereira

TEORIA ATOR-REDE, DESIGN DE AMBIENTES E FEIRA DE ARTESANATO:
AMBIENTES DA FEIRA DE ARTESANATO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA
EM ITAJUBÁ/MG

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestre em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade.

Área de concentração: Desenvolvimento e Tecnologias.

Orientador: Professor: Dr. Adilson da Silva Mello

Co-orientadora: Professora Dra. Rita de Castro Engler

Março de 2017

Itajubá

Carlos Magno Pereira

**TEORIA ATOR-REDE, DESIGN DE AMBIENTES E FEIRA DE ARTESANATO:
AMBIENTES DA FEIRA DE ARTESANATO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA
EM ITAJUBÁ/MG**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestre em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Adilson da Silva Mello
UNIFEI

Prof. Dra. Rita de Castro Engler
UEMG

Prof. Dra. Viviane Gomes Marçal
IFMG

Prof.^a Dr. Rosinei Batista Ribeiro
UNIFATEA

Itajubá
2017

AGRADECIMENTOS

Em primeiro momento agradeço a Deus por ter me guiado e sempre ter me dado força, fé e esperança. A minha mãe por me apoiar, acreditar e me incentivar, ao meu pai que mesmo ausente tenho a certeza que estaria muito feliz. As minhas avós Ruth e Dadade e meus padrinhos por terem me incentivado e me ajudado não só nos momentos difíceis e sim por toda a vida e pôr fim a minha família.

Agradeço ao meu orientador Prof. Adilson da Silva Mello por te me conduzido, por ter paciência e contribuído para efetivação do meu trabalho e por todo incentivo e a minha co-orientadora Prof. Rita de Castro Engler, por meio apoiar e me dá forças mesmo à distância.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade (DTecS) e ao GEPETEC (Grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão em Tecnologias e Ciências), especialmente aos amigos (as) Isabella, Paula, Douglas, Camila, Marcelo e Guilherme. Aos colegas do DtecS me deram forças para continuar e alcançar meus objetivos, especialmente ao GEPEPA e ao GEPE.

Aos professores da Universidade do Estado de Minas Gerais / Escola de Design por me encorajarem e me acompanharem durante a jornada do mestrado. Aos professores Rosinei Batista Ribeiro, Viviane Gomes Marçal e Lauren Colvara que estiveram presentes durante as bancas de tópicos e qualificação e apontaram excelentes caminhos durante a minha pesquisa.

Aos meus amigos que sempre me apoiaram e souberem entender minha ausência, principalmente aqueles de longa data, Thaissa, Lidya, Amanda e Élidea.

A República Alabama, minha primeira casa em Itajubá e a Casa 5 minha segunda casa.

Ao movimento estudantil de Design (N Design) e (R Design) meu grande incentivador acadêmico, especialmente a Comissão Organizadora do Encontro Nacional de Estudantes de Design (CONDe BH 2012) e a Comissão Organizadora do Encontro Regional de Design (CORDe Relicário) que muito me ensinaram e contribuíram para o meu aprendizado.

Aos Encontros Regionais e Nacionais de Estudantes de Design que me deram a oportunidade de me aventurar pelo Design no Brasil.

E especialmente a Associação Artes da Terra que possibilitaram a minha inserção para realizar o meu trabalho de pesquisa contribuindo sempre com todos os meus questionamentos.

A CAPES e a FAPEMIG que financiaram e incentivaram minha pesquisa e a UNIFEI que possibilitou o desenvolvimento do meu trabalho e se tornou minha casa durante os últimos dois anos.

Meu muito obrigado!

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Wireframe – estrutura espacial para desenho de mapas.	66
Figura 2 - Demonstração de posicionamento e estrutura das telas “O que?” e “quando?”.....	67
Figura 3 - Demonstração da tela “Quem”	67
Figura 4 - Modo de visualização da tela “Como e “Onde”	68
Figura 5 - Indicativos de agência demonstrado pela quantidade de anéis presente.	69
Figura 6 - Intensidade da relação de acordo com a representação da linha nos anéis de intensidade.....	69
Figura 7 - Os três movimentos dentro da rede.....	70
Figura 8 - Possibilidade de relações diferentes entre dois atores envolvidos.....	71
Figura 9 – Processo de construção dos Oligpticon-maps.	71
Figura 10 – Itajubá, entorno e seus principais acessos.	81
Figura 11 - Uniforme da AAT.....	90
Figura 12 - Banner da Associação Artes da Terra.....	90
Figura 13 - Cartão de Visita da AAT	91
Figura 14 - Proposta de utilização da Praça Theodomiro Santiago para o natal de 2015	93
Figura 15 – Mapa da Praça Getúlio Vargas.....	98
Figura 16 - Praça Getúlio Vargas	99
Figura 17 - Praça Getúlio Vargas (vista superior).....	99
Figura 18 - storytelling do processo de montagem da Feira de Artesanato da AAT	101
Figura 19 - Posicionamento das barracas em 2015	102
Figura 20 - Utilização da parte central da praça.....	103
Figura 21 - Posicionamento das barracas em 2016	103
Figura 22 - storytelling do processo de desmontagem da Feira de Artesanato da AAT.....	105
Figura 23 - Dia de chuva	106
Figura 24 - Proteção utilizada em dia de chuva.....	106
Figura 25 - Período noturno	107
Figura 26 - Storytelling do processo de montagem de cada barraca.....	108
Figura 27 - Vista frontal das barracas utilizada pela AAT.....	108
Figura 28 - Vista lateral das barracas utilizada pela AAT.....	109
Figura 29 - Vista posterior das barracas utilizada pela AAT	109
Figura 30 - Utilização das estruturas na exposição dos produtos.....	111

Figura 31 - Utilização das estruturas na exposição dos produtos.....	111
Figura 32 - Storytelling exposição do artefato na barraca.....	113
Figura 33 - Storytelling elementos utilizados para expor	115
Figura 34 - storytelling exagero na exposição dos artefatos	116
Figura 35 - Início das atividades da oficina.....	118
Figura 36 - Questionamento 1	121
Figura 37 - Questionamento 2	123
Figura 38 - Questionamento 3	125
Figura 39 - Questionamento 4	126
Figura 40 - Participação dos artesãos (ãs) na oficina	127
Figura 41 – Cor e alteração do produto	128
Figura 42 - Influência da cor vermelha nos produtos.....	128
Figura 43 - A influência da cor na alteração dos produtos.....	129
Figura 44 - Desenvolvimento da atividade.....	130
Figura 45 - Resultados apresentados pelo grupo 1	130
Figura 46 - Resultados apresentados pelo grupo 2	131
Figura 47 - Resultados apresentados pelo grupo 3.....	131
Figura 48 - Resultados apresentados pelo grupo 4.....	132
Figura 49 - Proposta do grupo 1	133
Figura 50 - Proposta do grupo 2	134
Figura 51 - Proposta do grupo 3	135
Figura 52 - Exemplo de tipologia clean na Feira de Artesanato da AAT	137
Figura 53 - Saia modificada em datas especiais na Feira de Artesanato da AAT.....	137
Figura 54 - Tipologia colorida desenvolvida pelo grupo 1	139
Figura 55 - Tipologia em linhas desenvolvida pelo grupo 2	139
Figura 56 - Proposta de composição 1.....	140
Figura 57 - Proposta de composição 2.....	141
Figura 58 - Desenvolvimento de artefato infantil a partir da uso esquemático das cores primárias.....	141
Figura 59 – Storytelling desenvolvimento de expositor.....	142
Figura 60 - Alterações realizadas a partir da oficina	143
Figura 61 - Teste na exposição de produtos de tecidos	144

Figura 62 - pesquisa de campo pré-oficina.....	154
Figura 63 - Rede 2: Oficina	157
Figura 64 - Análise e resultados da oficina	159
Organograma 1 - Funcionamento da Associação Artes da Terra.....	83
Organograma 2 - Processo de montagem e desmontagem da Feira de Artesanato da AAT	100
Gráfico 1 - Renda Familiar.....	145
Gráfico 2 - Sustento Familiar	145
Gráfico 3 – Renda que provém do artesanato	146
Gráfico 4 - Tempo dedicado ao artesanato por dia.....	147
Gráfico 5 - Expectativas da oficina	149
Gráfico 6 - Utilização do conteúdo da oficina.....	149
Gráfico 7 - Sobre o aumento de vendas após a oficina	150

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Metodologias e Procedimentos da Oficina	73
Tabela 2 - Associados no período de maio de 2015 a outubro de 2016	85
Tabela 3 - Artesanato produzido, onde aprendeu a fazer o artesanato e local onde é confeccionado	87
Tabela 4 - Informações sobre a produção artesanal dos participantes da oficina.....	147
Tabela 5 - Contribuições da oficina.....	151
Tabela 6 - Sobre o propositor da oficina	151

LISTA DE SIGLAS

ANT – *Actor-Network Theory* (Teoria Ator-Rede)

AAT – Associação Artes da Terra

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

CC – Cartografia de Controvérsias

CDL – Câmara de dirigentes lojistas

CEMIG – Companhia Energética de Minas Gerais

MEC – Ministério da Educação

PPGDtecS – Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

UNIFEI – Universidade Federal de Itajubá

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo utilizar a proposta da Teoria Ator-Rede (ANT) para analisar os ambientes utilizados pela Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra, na cidade de Itajubá localizada no Sul de Minas Gerais, por meio da abordagem sociotécnica e construção narrativa. O trabalho está inserido no Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade da Universidade Federal de Itajubá. Teve-se como proposta uma interação entre o pesquisador, os artesãos e os demais atores envolvidos na rede que faz parte da feira de artesanato, para isso, realizou-se uma oficina dividida em 4 módulos para discutir os ambientes utilizados, sendo eles: a praça, a feira, as barracas e os mobiliários que são utilizados para dispor os artefatos expostos e comercializados pelos artesãos e produtores típicos da associação. A metodologia utilizada na investigação se dá pela ANT desenvolvida por Bruno Latour e pela abordagem sociotécnica e através da Cartografia de Controvérsias que permitirá visualizar as relações estabelecidas nessa rede. A interação foi realizada pelos princípios da metodologia aplicada no Design de Ambientes, atividade de caráter interdisciplinar que busca articular e estudar os problemas do ambiente construído por meio da compreensão e tradução das necessidades dos indivíduos. As oficinas tiveram como resultado a melhoria da exposição dos produtos nas barracas da Associação Artes da Terra. Como considerações finais são apresentados os resultados da oficina realizada com os associados participantes da Associação Artes da Terra, apontamento de novas possibilidades de trabalho e as contribuições entre a ANT e o Design de Ambientes. Portanto, espera-se que esse trabalho possibilite visualizar de modo diferenciado a inserção do Designer de Ambientes dentro das discussões da Ciência e Tecnologia, Cartografia de Controvérsias, feira de artesanato e nos ambientes reivindicados pelo cidadão dentro das cidades.

Palavras chave: Teoria Ator-Rede, Design de Ambientes, espaço, feira de artesanato, artefatos.

ABSTRACT

The present research aims to use the Actor-Network Theory (ANT) proposal to analyze the environments used by the Craft Fair of the Artes da Terra Association, in the city of Itajubá, located in the South of Minas Gerais, through the sociotechnical approach and construction narrative. The work is part of the Postgraduate Program in Development, Technologies and Society of the Federal University of Itajubá. It was proposed as an interaction between the researcher, artisans and other actors involved in the network that is part of the craft fair, for this, a workshop was held divided in 4 modules to discuss the environments used, being: Square, the fair, the tents and the furniture that are used to dispose the artifacts exposed and marketed by the artisans and typical producers of the association. The methodology used in the research is given by the ANT developed by Bruno Latour and the sociotechnical approach and through the Cartography of Controversies that will allow to visualize the relationships established in this network. The interaction was carried out by the principles of methodology applied in the Interior Design, an interdisciplinary activity that seeks to articulate and study the problems of the built environment through the understanding and translation of the needs of individuals. The workshops resulted in improved product exposure in the tents of the Artes da Terra Association. As final considerations are presented the results of the workshop held with the associates participating in the Association of Arts of the Earth, indicating new possibilities of work and the contributions between ANT and the Interior Design. Therefore, it is expected that this work will allow to visualize in a different way the insertion of the Interior Designer within the discussions of Science and Technology, Cartography of Controversies, handicraft fair and in the environments claimed by the citizen within the cities.

Key words: *Theory Actor-Network, Interior Design, space, craft fair, artifacts.*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 PROBLEMA	16
1.2 OBJETIVOS	17
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	17
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
1.3 JUSTIFICATIVA	17
2 REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1 ACTOR-NETWORK THEORY – ANT (TEORIA ATOR-REDE)	19
2.1.2 A ANT COMO CONSTRUÇÃO NARRATIVA: ABORDAGEM SOCIOTÉCNICA	23
2.1.3 CARTOGRAFIA DE CONTROVÉRSIAS	26
2.2 ESPAÇO COMO AMBIENTE	28
2.2.1 HISTÓRIA SOBRE AS FEIRAS – ESPAÇOS DE CONVIVÊNCIA E COMÉRCIO	30
2.2.2 ABORDAGEM SOBRE O AMBIENTE FEIRA DE ARTESANATO	31
2.3 DA DECORAÇÃO AO DESIGN DE AMBIENTES	36
2.3.1 DESIGN DE AMBIENTES E SUA ÁREA DE ATUAÇÃO	45
2.3.2 DESIGN DE AMBIENTES EM ESPAÇOS EFÊMEROS: DEFINIÇÕES SOBRE TIPOLOGIA VISUAL (VISUAL MERCHANDISING / VITRINISMO)	50
2.4 DESIGN, ARTEFATO, ARTESANATO, ECONOMIA SOLIDÁRIA E DESIGN COLABORATIVO ...	54
2.4.1 ECONOMIA SOLIDÁRIA	57
2.4.2 DESIGN COLABORATIVO	60
3. METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS	62
4. TRABALHO DE CAMPO	80
4.1 CIDADE DE ITAJUBÁ/MG	80
4.2 ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA (AAT)	82
4.2.1 OUTROS ATORES: ELEMENTOS INSERIDOS NA AAT	91
4.3 FEIRA DE ARTESANATO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA	97
4.3.1 A PRAÇA E A FEIRA	98
4.3.2 A FEIRA E SUAS BARRACAS	107
4.3.3 AS BARRACAS E SEUS ARTEFATOS.....	112
4.4 OFICINA	116
4.4.1 MÓDULO I - DEFINIÇÕES E COLETIVIDADE: UM CAMINHO A SER TRABALHADO	118
4.4.2 MÓDULO II - PRINCÍPIOS DO DESIGN: DA COR A FORMA	127
4.4.3 MÓDULO III – SINALIZAÇÃO, CIRCULAÇÃO E MOBILIÁRIO.....	132
4.4.4 MÓDULO IV – COMPOSIÇÃO DE AMBIENTES	135
4.4.5 RESULTADOS DA OFICINA	141
5. SÍTENSE DOS RESULTADOS: CARTOGRAFANDO O TRABALHO DE CAMPO	154
5.1.1 REDE 1 – PESQUISA DE CAMPO PRÉ-OFFICINA	154
5.1.2 REDE 2 – OFICINA.....	156
5.1.3 REDE 3 – ANÁLISE E RESULTADOS DA OFICINA	159
5.1.4 UMA DISCUSSÃO ENTRE TEORIA ATOR-REDE, CARTOGRAFIA DE CONTROVÉRSIAS E	

DESIGN DE AMBIENTES	161
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	162
REFERÊNCIAS	165
ANEXO.....	173
ANEXO A – UTILIDADE PÚBLICA FEIRA DE ARTESANATO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA.....	173
ANEXO B – QUADRO DE DIRETRIZES PROJETUAIS.....	176
APÊNDICES	178
APÊNDICE A – DIMENSÕES DA ESTRUTURA DAS BARRACAS UTILIZADAS NA FEIRA DE ARTESANATO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA	178
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA DEFINIÇÃO DE DATA, LOCAL, HORÁRIO E DURAÇÃO DA OFICINA	180
APÊNDICE C – FLYER DE DIVULGAÇÃO DA OFICINA	182
APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO DE IMERSÃO: BASE PARA EXECUÇÃO DA PROPOSTA DA OFICINA	183
APÊNDICE E – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM	184
APÊNDICE F – SLIDES DA OFICINA MÓDULO I	185
APÊNDICE G – SLIDES DA OFICINA – MÓDULO I.....	187
APÊNDICE H – SLIDES DA OFICINA – MÓDULO III.....	193
APÊNDICE I – SLIDES DA OFICINA – MÓDULO IV	200
APÊNDICE J – AVALIAÇÃO DA OFICINA	203
APÊNDICE K – REDE 1: PESQUISA DE CAMPO PRÉ-OFFICINA	204
APÊNDICE L – REDE 2: OFICINA.....	205
APÊNDICE M – REDE 3: ANÁLISE E RESULTADOS DA OFICINA	206

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa realizada faz parte do Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade (PPGD TecS) e do GEPETEC (Grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão em Tecnologias e Ciência) ambos na Universidade Federal de Itajubá/MG, especificamente na linha de pesquisa intitulada Desenvolvimento e Tecnologias. O GEPETEC desenvolve desde 2012 trabalhos que discutem artefatos, artesanato, design e ANT, essa investigação é uma continuidade dos trabalhos que já foram e estão sendo desenvolvidos nessa mesma série de discussão e dentro da linha de desenvolvimento e tecnologia do PPGD TecS.

Partindo da necessidade de compreender os ambientes utilizados por uma associação de artesanato, tornou-se necessário realizar um rastreamento, isso é, entender a rede que forma essas relações entre o ambiente ocupado, a exposição de seus artefatos e suas dinâmicas de funcionamento. A pesquisa se torna interdisciplinar por envolver questionamentos dentro da sociologia, do Design, do espaço como ambiente e do artesanato e seus artefatos.

A Associação Artes da Terra (AAT) foi constituída em 10 de agosto de 2001 como uma sociedade civil sem fins lucrativos, tendo como sede a cidade de Itajubá. A atividade da associação é de caráter filantrópico e de interesse social, atuando na comercialização de produtos dos artesãos e produtores caseiros dos seus associados (ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA, 2012).

A Teoria Ator-Rede (ANT) é uma proposta de Bruno Latour e John Law que nasce no campo dos estudos da Ciência e Tecnologia e defende a ideia de uma rede social formada pelas interações humanos e não-humanos. É conhecida como “sociologia da tradução”, “sociologia das associações” que tem como tarefa deixar os próprios atores definir e ordenar o social, isso é, rastreando as conexões existentes entre as próprias controvérsias (LATOUR, 2012). Tem-se como argumento que a partir dos pequenos fios que são representados pelos atores, que formam a imagem de uma rede, ou seja, a construção do social em rede, mediante a cada especificidade de cada associação (PRATES, 2013).

O Design de Ambientes aborda as relações entre o homem e seus artefatos em sua ambiência e tem como ponto forte agir de maneira a perceber como o usuário apropria-se dos ambientes que utilizam a partir da decodificação dos modos de vida e as possibilidades de adequação do espaço, se posicionando como um profissional especialista no planejamento e na configuração dos ambientes para vivência humana e de seus artefatos.

Latour (2008) aborda que o design cresceu em compreensão, pois, tem cada vez mais se apropriado dos aspectos do que uma “coisa é”. Como exemplo, o autor diz que qualquer pessoa com um *iphone* saberia diferenciar o que foi elaborado por meio do design daquilo que é “planejado, calculado, manufaturado, arrumado, arranjado, empacotado, embalado, definido, projetado, pensado, escrito em código etc.” (LATOURE, 2008, p. 3).

Hoje, fazer Design pode ter seu significado empregado a qualquer um dos verbos citados anteriormente. O sentido da palavra Design “expandiu” em grande extensão, pois, percebe-se que ele é aplicado crescentemente a estruturas maiores de produção. As coisas que podem ser planejadas por meio do design, é, no momento bem maior do que algo limitado aos bens cotidianos e de luxo (LATOURE, 2008).

Entretanto, o Design de Ambientes em conjunto com a Teoria Ator-Rede (ANT) se torna relevante para compreensão das afetações que ocorrem na rede, isso é, pelas contradições que são formadas entre o humano, ambiente e seus artefatos que compõem o social. Para Manzini (2008), em tal perspectiva, os Designers podem fazer parte da solução, justamente por estarem como atores sociais, em que mais que quaisquer outros, estão acostumados a lidarem com interações habituais entre os seres humanos e seus artefatos. Para tal fim, torna-se necessário seguir os “próprios atores”, entendendo suas inovações como meio de descobrir o que se tornou a existência coletiva, quais métodos elaboram para sua adequação, quais suas definições que permitem esclarecer melhor essas novas associações que são forçadas a se estabelecerem (LATOURE, 2012).

No primeiro momento da dissertação é apresentado o referencial teórico que foi necessário utilizar para dar embasamento e condições para que o leitor do texto possa compreender as discussões apresentadas. De início é contextualizado sobre Teoria Ator-Rede (ANT), Abordagem sociotécnica construída por meio da ANT, e questões referente a Cartográfica de Controvérsias.

O segundo item do referencial teórico apresenta as definições de espaço como ambiente com intuito de explicar o contexto em que a pesquisa está inserida e conseqüentemente os desdobramentos intrínsecos ao objeto da pesquisa, ou seja, feira de artesanato, história sobre as feiras e uma breve abordagem sobre feira de artesanato e suas definições.

O terceiro elemento trata-se de descrever uma conjuntura referente ao Design de Ambientes, sua história, definições, área de trabalho e especificamente sobre tipologia visual (visual merchandising e vitrinismo).

Por último são abordados no referencial teórico questões referentes ao Design, artefato e artesanato e seus demais desdobramentos necessários a serem discutidos, como, Economia Solidária e Design Colaborativo.

O segundo momento do trabalho é explicitado a metodologia e os procedimentos que foram necessários para desenvolver a pesquisa.

O terceiro momento tem como foco o trabalho de campo, que aqui foi dividido em uma breve contextualização em que está inserido o trabalho, cidade de Itajubá, conseqüentemente, sobre a associação na qual foi realizado a pesquisa e posteriormente discussões e narrativas construídas mediante a inserção do pesquisador na feira de artesanato da Associação Artes da Terra (AAT); a oficina desenvolvida e os resultados da atividade.

O quarto momento mostra a análise e crítica referente as narrativas que foram construídas, assim como, as cartografias que permitem visualizar o contexto do trabalho. Por último, são apresentadas as conclusões finais da dissertação, bem como, as possibilidades de futuros trabalhos.

Adverte-se que se optou em utilizar tal estrutura no trabalho diante a necessidade da apresentação de definições essenciais para compreensão do trabalho empírico desenvolvido por meio de discussões e narração dos fatos.

1.1 Problema

Os ambientes nas cidades gradativamente passam a ser reivindicados e utilizados no âmbito da sociedade, nesse espaço diversos atores interagem e constituem esses locais. Porém, na maioria dos casos, somente os atores humanos possuem voz em momentos de modificação dessa rede, o que conseqüentemente exclui os atores não humanos como: legislação local, poder público, instabilidades financeiras, intemperismo, iluminação, fluxo de pessoas entre outros fatores materiais e imateriais.

Os Designers de Ambientes habitualmente projetam, compõem, interagem e interferem nos ambientes construídos, tanto internamente, quanto externamente. Possuem a habilidade de perceber minuciosamente as necessidades dos usuários e relaciona-las aos artefatos na composição de ambientes, isso é, lidar com questões materiais e imateriais. É um profissional especialista no planejamento e na configuração desses espaços para vivência humana diante dos demais atores.

A partir das exposições colocadas acima pergunta-se como o Design de Ambientes por meio da proposta da Teoria Ator-Rede (ANT) pode colaborar para a composição, ou seja, o arranjo, ambiência, disposição, os princípios do Design, como: ergonomia, normas, cores,

texturas, organização e soluções referentes a funcionalidade dos ambientes utilizados pela Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra – AAT?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar os ambientes utilizados pela Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra (AAT), localizada na cidade de Itajubá, sob a proposta da Teoria Ator-Rede (ANT) e pela perspectiva do Design de Ambientes, fundamentado na realização de uma interação referente a composições de ambientes.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Descrever quais os ambientes inseridos na Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra (AAT) a partir da proposta da Teoria Ator-Rede (ANT);
- b) Analisar a composição dos ambientes da Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra (AAT) e utilizar a Cartografia das Controvérsias (CC) para expor a trama social;
- c) Propor e avaliar por meio de uma oficina dividida em 4 módulos, discussões referentes à exposição, comercialização dos produtos e composição dos ambientes utilizados pela Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra (AAT).

1.3 Justificativa

A pesquisa possibilita a discussão entre Teoria Ator-rede e Design de Ambientes em ocasiões efêmeras no espaço da Praça Getúlio Vargas, em que encontra inserida a Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra, na cidade de Itajubá, possibilitando novas abordagens processuais e metodológicas para o Designer de Ambientes. Pois, o agenciamento entre atores humanos e não humanos é pouco estudado na área do Design de Ambientes.

Ademais, percebe-se que ao buscar trabalhos que relacionem Design e artesanato em grande parte encontra-se projetos que tangenciam propostas relacionadas a área do Design Gráfico e Design de Produto, o que se tornou um motivação e inquietação para compreender a inserção do Designer de Ambientes em que pudesse trabalhar diretamente ligado a suas concepções e princípios.

A investigação também se justifica pelos trabalhos desenvolvidos GEPETEC ao longo dos dois últimos anos. Em que envolvem a discussão sobre teoria ator-rede e Design.

Acredita-se que a partir dessa proposta novas áreas de estudos e atividades possam interessar aos Designers de Ambientes. Espera-se que esta pesquisa possa contribuir para a ampliação dos conhecimentos no campo do Design de Ambientes, Feira de artesanato e Teoria Ator-Rede (ANT), sustentado na investigação dada pelos processos da pesquisa de campo e da construção coletiva.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Actor-Network Theory – ANT (Teoria Ator-Rede)

A ANT assume como proposta a discussão dos estudos de Ciência e Tecnologia, como uma nova teoria, Latour (2012) diz que esse projeto acarreta em uma redefinição daquilo que geralmente se entende por sociologia, pois “já não existem relações específicas o bastante para serem chamadas de ‘sociais’ e agrupadas num domínio especial capaz de funcionar como uma sociedade. O social parece diluído por toda parte e por nenhuma parte” (LATOURE, 2012, p. 19).

Melo (2007) narra que a ANT surge no campo dos Estudos da Ciência e Tecnologia e que é trabalhada desde a década de 80 com o intuito de atender ao “Princípio de Simetria¹” fundado pela Antropologia das Ciências, disciplina essa transversal que surgiu com a influência a partir da convergência dos estudos que abordam diversas áreas de conhecimento.

Latour (2012) adverte que para utilizar a ANT é necessário redefinir aquilo que costumamos a definir como sociologia. A palavra “sócio-logia”, traduzida do latim e no grego, tem como significado “ciência do social”. Sua utilização seria excelente se não fosse dois inconvenientes – o termo social e o termo ciência. Hoje os atributos que foram dados possuem pouca relação com as intenções dos autores que fundaram as ciências sociais, pois sua amplitude a tornou uma “extensão dos restos das relações sociais”. O que foi definido como sociedade sofreu uma radical alteração, tal fato, se dá pela multiplicação dos artefatos da ciência e da tecnologia. Sabe-se que não existem relações intrínsecas para que se possa chamá-la de “social” ou agrupando-se na sociedade em seu funcionamento, uma vez que, o social está diluído por “[...] toda parte e nenhuma em particular. Assim, nem a ciência nem a sociedade permanecem estáveis o suficiente para cumprir a promessa de uma forte ‘sociologia’”. (LATOURE, 2012, p. 19).

Quando pensamos na etimologia da palavra “social”, mesmo que na maioria os cientistas sociais prefiram denominar o social como algo homogêneo, é correto caracterizar o “social” também como um vocábulo formado por associações de elementos heterogêneos

¹ O princípio de simetria propostos por Latour (2013) não vem apenas como meio de estabelecer a igualdade, e sim como modo de mostrar outro lado a partir das discussões e pela busca contínua de compreender a rede estabelecida, ou seja, demonstrar as diferenças. “Não se trata de um jogo de espelhos. Trata-se de construir os próprios coletivos em escalas cada vez maiores. É verdade que há diferenças de tamanho. Não há diferenças de natureza – e menos ainda de cultura” (LATOURE, 2013, p. 107).

(LATOUR, 2012). Law (1992) explora que a metáfora utilizada como rede heterogênea ou, como citado anteriormente, associações de elementos heterogêneos é um modo de sugerir que a sociedade, as organizações, os agentes, e as máquinas, são gerados em redes de certos padrões de variados materiais e não somente por humanos.

A palavra social vem da origem latina *socius* – pode-se assim prosseguir com a ideia original e fiel às instituições das ciências sociais redirecionando a sociologia não mais como a “ciência do social” e sim a partir da busca de associações. Sob essa perspectiva, o adjetivo “social” não é utilizado para nomear uma coisa nem outros, ou seja, passam a orientar-se pelos tipos de conexões entre as coisas que não são em si mesmas sociais (LATOUR, 2012). Law (1992) aborda a ANT como a sociologia da tradução, a qual, tem como abordagem a “mecânica do poder”, é sugerido que analisemos os poderosos exatamente como qualquer outro ator, ou seja, eles não diferem em espécie dos demais atores.

Para Latour (2012) já não basta acreditar somente na “sociologia do social”, em muitas situações recorrer a ela é sensato e indispensável, pois é um modo prático e aceitável de designar todos esses elementos utilizados e entendidos na esfera coletiva. Porém, em situações em que são proliferadas as inovações, a “sociologia do social” não consegue mais perceber as associações formadas por novos atores. Os deveres do cientista social alteram-se concomitantemente, não cabe mais aos atores ter seu papel somente como informante em casos de tipos bem conhecidos, é necessário dar-lhes a capacidade de formar suas próprias teorias sobre a constituição do social. O trabalho não deve ser mais imposto e limitado ao número de entidades aceitáveis, em mostrar aos atores o que são e em que momento acrescentam. Para utilizar a ANT é necessário seguir os próprios atores, quer dizer, entender suas inovações “frequentemente bizarras”, como meio de descobrir o que se tornou a existência coletiva dentro desses grupos em suas mãos, quais são os seus métodos elaborados para sua adequação, e quais as definições que melhor podem ser empregadas para esclarecer suas associações que esses grupos viram se forçados a estabelecerem. O autor reforça que a sociologia do social se adequa bem quando trabalha com aquilo que já foi agregado, porém não consegue reunir novamente aquilo que já ocorreu, quando os participantes não são mais aqueles que eram, ainda mesmo que constituem uma esfera do tipo social.

É importante lembrar que o acrônimo ANT é traduzido para o português como formiga, duplicidade, na qual, Latour utiliza durante sua obra, pode-se assim dizer, que os pesquisadores da ANT são aqueles se arrastam minuciosamente por “finos fios condutores pelos quais os objetos e humanos se associam, evitando a tentação de ‘pegar carona’ nas

generalizações e assim cumprir o trajeto da pesquisa ‘rápido demais’” (PRATES, 2013, p. 208).

[...] mas uma pessoa me observou que o acrônimo ANT (*Actor-Network Theory*) era perfeitamente adequado para um viajante cego, míope, viciado em trabalho, farejador e gregário. Uma formiga (ant) escrevendo para outras formigas, eis o que condiz muito bem com meu projeto. Idealmente, a palavra sociologia funcionaria melhor, mas não pode ser empregada antes que seus dois componentes – o que é social e o que é ciência – sejam de algum modo remontados [...] (LATOUR, 2012, p. 28).

Latour (2012) menciona que os atuais contextos vividos pelos grupos que se demonstram “firmemente estabelecidos”, acabam se modificando com grande rapidez. Somos levados a fazer coisas por intermédio de outras agências sociais e casos onde não exercemos controle algum e que acabam parecendo óbvias e costumeiras, ou seja, os grupos ao qual rastreamos se transformam com muitas facilidades e muitas informações importantes passam despercebidas.

A proposta da ANT desenvolvida principalmente pelos autores Bruno Latour, John Law e Michel Callon, permite observar por meio das práticas cotidianas o envolvimento da ciência, tecnologia e sociedade a formação da rede. Tem-se atrelamentos de humanos e não-humanos que por sua vez são outras amarrações que se configuram um entrelaçado de redes que se despedaça em microconexões ou desconexões. Esse entrelaçado permite ponderar não mais a partir de unidade, e sim por meio do dinamismo processual e constante das associações (NOBRE; PEDRO, 2010).

Os autores da teoria Ator-Rede começaram na sociologia da ciência e da tecnologia, e juntamente com os outros na sociologia da ciência, eles argumentavam que o conhecimento é um produto social, e não algo produzido através da operação de um método científico privilegiado. Em particular, eles argumentam que o ‘conhecimento’² (mas eles generalizam de conhecimento para agentes, instituições sociais, máquinas e organizações) pode ser visto como um produto ou efeito de uma rede de materiais heterogêneos (LAW, 1992 p. 2).

A Teoria Ator-Rede não é apenas de libertação dos seres humanos em sua prisão social, a obra de Latour deixa claro que o social não existe, pois tudo é uma questão de

² Law (1992) utiliza a palavra conhecimento entre aspas por dizer que o conhecimento assume formas materiais, podendo aparecer como uma fala, uma apresentação em uma conferência, em artigos, livros, patentes ou como habilidades incorporadas em cientistas e técnicos. Portanto, entende-se o conhecimento como diversas formas materiais adicionadas.

agenciamento, ou seja, a partir da composição heterogênea e não apenas pelo social (MUSTAFA, 2010).

Melo (2007) descreve que a ANT defende a ideia que os seres humanos formam uma rede social, não somente por interagirem com seres humanos, mas por interagirem também com outros materiais. A partir da ANT é possível verificar os múltiplos materiais heterogêneos conectados na rede e suas múltiplas entradas. E essa rede está sempre em movimento e aberta a novos elementos que podem se agregar de forma inédita e imprevista. Esses fenômenos são consequências dessas redes que combina simetricamente humanos e não-humanos, pessoas e objetos, humanos e artefatos, possibilitando tratamento igual.

Em resumo, Law (1992) refere-se a ANT como produto final de um árduo trabalho em que os elementos heterogêneos, sendo eles: “tubo de ensaio, reagentes, organismos, mãos habilidosas, microscópios eletrônicos, monitores de radiação, outros cientistas, artigos, terminais de computador”, e outros mais são sobrepostos numa rede superando sua resistência, desse jeito, o conhecimento é uma questão material; de organização e ordenamento dos materiais. Portanto, a teoria Ator-Rede é um diagnóstico da ciência sob a sua visão, um processo onde os elementos do social, do técnico, do conceitual, e do textual são sobrepostos e conseqüentemente convertidos ou “traduzidos” em um agrupado de produtos científicos, simetricamente heterogêneos (LAW, 1992, p. 2)

O conhecimento de formação das redes estabelecidas, isso é, esses atrelamentos entre humanos e não-humanos, se dá a partir das percepções do mundo, a experiência empírica, a viagem investigativa dos rastros que os movimentos de associações deixam em marcas conceituais unidades ontológicas, crenças, artefatos culturais, artísticos e científicos (GONZALES, BAUM, 2013). “[...] essas redes são compostas não apenas por pessoas, mas também por máquinas animais, textos, dinheiro, arquiteturas – enfim quaisquer materiais. [...]” (LAW, 1992, p.3)

Podemos, então, compreender a ANT como uma ontologia atenta à formação ímpar e contingente dos fenômenos, entendidos como redes de atores que agem como rede e são eles redes, tendo como compromisso ético (logo público, logo metodológico...) não imputar explicações ‘por trás’ ou sentidos não presentes – ao menos aos olhos/ferramentas do pesquisador – e descritíveis (FERREIRA, 2013, p. 9).

Latour (2012) contextualiza que a tarefa de esclarecer e organizar o social deve ser executada pelos próprios atores envolvidos, e não ao pesquisador. Isso deve ser realizado a partir do rastreamento das conexões entre as próprias controvérsias ao invés de propor como

resolvê-las. “[...] A busca de ordem, rigor e padrão não é de modo algum abandonada, apenas reposicionada um passo à frente sob a forma de abstração, para que os atores possam desdobrar seus próprios e diversos cosmos [...]” (LATOURE, 2012, p. 44).

2.1.2 A ANT como construção narrativa: abordagem sociotécnica

Melo (2007) menciona que ao examinar um caso a partir da ANT não se pode utilizar apenas de uma única narração, pois não existe somente uma história capaz de capturar todos os aspectos da realidade, e nem sequer acontece uma condição de neutralidade ou independência por parte do narrador do texto. Uma única história nega e omite outras possibilidades de narração desses fatos, sem esquecer que o próprio narrador é refém de sua própria história, de seu tempo e de seus interesses. O autor relembra que há sempre diferentes modos de contar um mesmo caso, o que depende do ponto da rede que assumimos durante a leitura. Para se ter legitimidade é preciso assumir que partimos de algum local e que a partir dessa escolha particular nos propomos a contar a história por vários olhares, por múltiplas histórias.

Longe de um exercício abstrato, essas novas concepções sugerem um exercício de investigação de base empírica e deriva dos problemas operacionalizados e das abordagens teórico-metodológicas disponíveis e detectadas. Ao mesmo tempo, começa com a prática de novos conceitos em investigações que permitem a realização de operações de testes e ajustes (THOMAS, 2008, p. 248).

Latour é empirista e acredita que o conhecimento se dá por meio da percepção do mundo, e que tudo acontece a partir da experiência (MOSTAFA, 2010). Para Latour (2012) a abordagem intelectual que realizamos possui uma construção ruim, pois deixa-se de tratar a distinção nessa busca, a epistemologia, as ciências sócias, as ciências do texto (construções narrativas), tem uma boa imagem, porém, desde que sejam tratadas como algo distinto. “Caso os seres que você esteja seguindo atravessem as três, ninguém mais compreende o que você diz”. Ou seja, geralmente extraem os conceitos, as traduções de modo com que às disciplinas que são estabelecidas pela rede sociotécnica passam a ser analisadas separadamente, não ligadas ao social ou por meio de certas regras, como primeiro fator. O segundo diz respeito ao corte feito na dimensão social e política e por fim por meio de interesses, jogos de poder.

Novaes e Dias (2009) descrevem que abordagem sociotécnica é empregada pela metáfora do “tecido sem costura” e foi originada a partir do conceito de conjunto. Tem como proposta evidenciar a relação entre os elementos técnicos e sociais, apresentando como

resultado uma outra entidade, algo além da simples soma desses dois fatores. É dito que tal conceito permite “compreender tanto a condição tecnológica da mudança social quanto a condição social da mudança tecnológica” (NOVAES e DIAS, 2009, p. 37).

A ideia de “tecido sem costura” é expressada por Thomas (2008) como parte da sociedade, política e economia, não como fatores separados. Como por exemplo, o desenvolvimento de um artefato tecnológico não é simplesmente algo técnico, pois, nesse processo estão contidas questões sociais, políticas e econômicas. Latour (2009, p. 12) cita que:

Se o analista for sutil, irá retrazar redes que se parecerão ao extremo com as tramas sociotécnicas que nós traçamos ao seguir os micróbios, os mísseis ou as pilhas de combustível em nossas próprias sociedades. Nós também temos medo que o céu caia sobre nossas cabeças. Nós também relacionamos o gesto ínfimo de pressionar um aerossol a interdições que envolvem o céu. Nós também devemos levar em conta as leis, o poder e a moral para compreender o que nossas ciências dizem sobre a química da alta atmosfera.

Interpreta-se que é possível ir além das questões isoladas e não utilizar as tecnologias e as teorias já determinadas em critérios científicos e técnicos. Ou seja, as tecnologias seriam construídas socialmente no sentido de que os grupos de consumidores, os interesses políticos e outros similares influenciam não apenas a forma final que toma a tecnologia, mas seu conteúdo. ” (NOVAES e DIAS, 2009, p. 37).

O conceito de abordagem sociotécnica permite um mapeamento descritivo de uma diversidade de interações heterogêneas e vinculadas nas relações de natureza explícitas. Tais dinâmicas e padrões de interação, alteram o tempo e a troca de mudanças nos modelos de acumulação e se alteram pela lógica dos sistemas sócio-políticos (THOMAS, 2008).

Melo (2007) em seu trabalho publicado na revista do Departamento de Psicologia, intitulado – Seguindo as pipas com a metodologia da TAR – busca capturar os movimentos dos objetos seguidos e também seus efeitos, para isso foi necessário reunir materiais diversos, que quando reunidos, contribuem para compor o tecido, tramado por narrativas múltiplas. O trabalho consistiu em acompanhar o Festival de Papagaios promovido pela Companhia de Energia de Minas Gerais (CEMIG) na cidade de Belo Horizonte nas oficinas realizadas ou nos locais onde eram utilizados para realizar a brincadeira. Para isso foi necessário visitar e ouvir as pessoas responsáveis pela organização do festival, as campanhas pedagógicas sobre a utilização de eletricidade e a brincadeira de “soltar papagaios”, os recursos ambientais e a história das pessoas que utilizaram a pipa como objeto significativo na formação de suas biografias.

Em indicações conclusivas sobre o trabalho é mencionado por Melo (2007) que a postura do pesquisador é de traduzir, ser “um porta voz e fabricante de fatos”, o autor ressalta que o pesquisador dentro da postura simétrica postulada pela ANT, não ocupa posição privilegiada no trabalho de campo, pois ele será “mais um nó na rede”, que interfere e é interferido das ações que o acompanha durante o percurso. Assim a neutralidade perde sentido, pois é estabelecida pelo pensamento moderno por meio de uma visão dicotômica entre o saber científico e o senso comum. “O pesquisador estará inteiro – com toda a sua bagagem de vida – e vinculado/misturado ao seu campo de pesquisa: ele também faz parte do campo” (MELO, 2007, p. 181)

Melo (2007) finaliza sua narrativa dizendo que do mesmo jeito que os humanos possuem suas histórias, os objetos também as possuem, fazem parte de uma rede que podem estar “[...] bem ou mal vinculadas, produzindo bons ou maus efeitos. Descrever estes vínculos e aquilo que eles movem nos possibilita ir além dos objetos, pela verificação de como as trocas de propriedade [...] modificam a ambos e operam modificações na realidade [...]” (MELO, 2007, p. 182)

Outro trabalho interessante de narrativa foi desenvolvido por Meyer (2013) ao acompanhar a estabilização do artefato guarda-corpo cicloviário na cidade de Porto Alegre. Meyer relata que para isso foi necessário concretizar o empreendimento para que em seguida ocorresse sua implantação, porém ao longo do percurso ocorreram várias negociações como: utilização da verba pública; repasse da obra para uma iniciativa privada; construção do projeto; empecilhos que não poderiam ser modificados ao longo da execução do projeto (pontes tombadas pelo patrimônio histórico da cidade); alargamento de avenidas para implantação da ciclovia para que não prejudicassem o fluxo do trânsito. Entre outros fatores que não envolviam somente questões humanas.

A partir de muitas das definições para se realizar o projeto foi necessário definir o material do artefato. De início optou-se pela utilização de eucalipto de reflorestamento, porém percebeu-se que a ciclovia estava sendo construída sob um ambiente cheio de cabos de alta tensão, e que o uso do material estava adequado e foi desenvolvido sob as normas técnicas nacionais e internacionais. Ao pensar que todos os acordos estariam em conformidade, após poucos dias da instalação o artefato foi removido – sua remoção aconteceu pelo fato do objeto ser rústico e estar inserido em um local com estilo arquitetônico “erudito” e isso se consolidou como uma “gafe estética” (MEYER, 2013).

Para tal feito, constatou-se que o melhor modo de efetivar a construção do guarda-corpo seria através de um concurso em parceria com o “Instituto dos arquitetos do Brasil – departamento do Rio Grande do Sul (IAB-RS), Meyer (2013) deixa claro que:

[...] esse procedimento não pode ser visto aqui como algo convencional. Afinal, parece-nos haver um procedimento padrão em que os concursos dessa natureza são realizados antes de o artefato ser implementado. Aqui, estranhamente, o artefato fora instalado, para depois ser removido, e somente então ser alvo de um concurso de reformulação. O concurso aqui se posiciona como um agente de papel imprescindível. [...] (MEYER, 2013, p. 17).

Mais uma vez, percebe-se que para acompanhar a estabilidade de um artefato, envolve várias relações e interações que acontecem nesse meio e elas não se dão somente por fatores humanos, e sim, também por fatores não humanos, e através da narrativa que acompanha todo o percurso. Foi possível perceber, tal feito, ocorreu pelas definições: de quem deveria se comprometer com o planejamento da obra (iniciativa pública ou privada?), pelas definições dos materiais e suas relações estéticas ao ambiente em que será inserido, pelas legislações vigentes, pelos interesses de diversos atores (como exemplo o cidadão que irá utilizar e usufruir da proposta), pela mídia que crítico a instalação de um produto rústico e pelas várias parcerias realizadas ao longo do desenvolvimento. “Os estágios de formação da rede desse artefato guardam consigo um processo marcado por traduções diversas. [...] o artefato não consegue atender equilibradamente aos interesses dos agentes que depositaram expectativa sobre ele.” (MEYER, 2013, p. 18).

2.1.3 Cartografia de controvérsias

A Cartografia de Controvérsias (CC) é um conjunto de técnicas que permite a visualização, exploração dos problemas, foi desenvolvido por Bruno Latour como versão didática para da Teoria Ator-Rede como preparo para as investigações do debate sóciotécnico contemporâneo. Pode-se considerar a Cartografia de Controvérsias como um método de pesquisa completo, mesmo que ainda não esteja muito bem documentado (VENTURINI, 2009).

A proposta da CC é exercitar a elaboração de dispositivos que possibilitem observar e descrever o debate social, especialmente aqueles relacionados aos problemas tecnocientíficos, porém não é um fator exclusivo em torno desses problemas. Essa é uma introdução didática

do exercício da Teoria Ator-Rede, porém evolui gradualmente na pesquisa do método e contribui para a pesquisa das comunidades técnicas (VENTURINI, 2012).

Por meio das controvérsias temos a visualização da trama social, do emaranhando de relações e interações que ali acontece e a cartografia assume como tarefa representar e analisar visualmente o que ocorre. Vários pontos de vistas devem ser representados – uma declaração ou argumento partilhado por muitos dos atores envolvidos naquela controvérsia que merece mais visibilidade do que outras, porém nada deve ser desprezado e todos possuem seu lugar. Esse é o principal desafio da CC, representar, dar equilíbrio por meio de combinações de gráficos, visualizações, narrativas hipertextos (PEREIRA e BOECHAT, 2014).

[...] a Cartografia de Controvérsias de certa forma serviu como uma versão educacional da Teoria Ator-Rede (ANT). [...] Ao contrário da ANT, ela evita complicações conceituais sendo assim mais acessível aos estudantes. Com alguma aproximação, nós podemos descrever a cartografia das controvérsias como a prática da Teoria Ator-Rede sem o peso de todas as suas sutilezas teóricas. Como tal, a Cartografia das Controvérsias pode atrair aqueles que estão intrigados pela ANT. Concentrando na prática de mapeamentos e com os problemas conceituais esclarecidos, estudantes e pesquisadores podem esperar a ANT para uma versão mais próxima do usuário (VENTURINI, 2009, p. 2).

Para Pereira e Boechat (2014) uma cartografia é uma forma de instrumento e documentação de pesquisa, pode apresentar diversas documentações – textos, tipos de gráficos, mapas de relações. “Não podemos esquecer que mapear controvérsias é contar história” (PEREIRA e BOECHAT, 2014, p. 564).

Venturini (2012) afirma que o intuito da CC diante os debates públicos (situações em que ocorrem discordância entre os atores) é de constituir a melhor configuração para observar a construção da vida social. Quando estão em controvérsias os atores envolvidos estão subordinados e incessantemente buscando desamarar as relações ali envolvidas, argumentando categorias e identidades, revelando o tecido coletivo da sua existência. Como estão envolvidos em múltiplos pontos de vistas são aproveitadas essas divergências que emergem de controvérsias para realizar a cartografia social.

Como exemplo é citado por Pereira e Boechat (2014) o trabalho desenvolvido pelo Medialab da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) em parcerias com o Medialab Paris e o Laboratório de Estudos sobre imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). O projeto em questão utiliza a CC – “cartografia de rastros digitais” - utilizando a ANT como fundamentação teórica para rastrear mapas da web a partir

das *hashtags* no apontamento de tendências das redes sociais e o mapeamento de bens comuns. Ou seja, uma busca de dados compartilhados por cidadãos em um momento em que as empresas buscam se apropriar do que ocorre por meio da prática de comunicação cidadã. A proposta permite visualizar o compartilhamento, o fluxo de conversação e informação e as controvérsias geradas nas redes sociais.

2.2 Espaço como ambiente

O espaço é um produto de interações entre os elementos de origem natural e humana em determinado ambiente, sendo ele definido pela geografia, arquitetura, urbanismo e paisagismo. As definições de espaço e ambiente no trabalho serão direcionadas sendo o espaço como ambiente – de utilização, de apropriação, de ocupação e de habitação. Isso é, o ambiente é uma concepção humana no espaço e a sua produção coincide com o próprio modo pelo qual o homem determina sua vivência e a si mesmo (CARLOS, 2013, p. 32). VIENA ([s.d]) define o ambiente como “a natureza domada pelo homem, ou seja, um espaço escolhido pelo homem onde o mesmo alterava e cultivava a natureza ao seu bem entender de acordo com os padrões e necessidade de cada época”.

Santos (2014c) descreve que o espaço é um conjunto indissociável, onde participam de um lado arranjos de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais e no outro, a vida ali preenchida (sociedade em movimento), o conteúdo (da sociedade) autônomo da forma (os objetos geográficos) e cada forma encerra uma fração do conteúdo.

Abordando o espaço como uma instância da sociedade e ao mesmo tempo como econômica e cultural-ideológica. Ou seja, algo que contém e está contido pelas outras instâncias e vice e versa – “a economia está no espaço, assim como o espaço está na economia” como por exemplo. Desta maneira pode se dizer que a essência do espaço é social, não sendo apenas formado pelas coisas, objetos geográficos, naturais e artificiais, dos quais sua reunião formam a Natureza. Ele é formado de um lado pelo conjunto de objetos geográficos despendido no território, por sua configuração geográfica ou espacial, sendo a maneira como esses objetos se dão sobre o nosso olhar, o que pode ser chamado de paisagem; e de outro lado pelo que dá vida a esses objetos, ou seja, todos os processos sociais representativos em um certo momento (SANTOS, 2014a, p. 12).

Considerando o espaço como um conjunto indissociável de sistemas e objetos de ações pode-se então identificar suas categorias analíticas internas. Santos (2014b, p. 22) diz que entre elas estão “a paisagem, a configuração territorial, a divisão territorial do trabalho, o espaço produzido ou produtivo, as rugosidades e as formas-conteúdo”.

Porém Santos (2014b, p. 23) relata que também é interessante realizar um estudo dinâmico das categorias internas, são elas: “a técnica, a ação, os objetos, a norma e os eventos, a universalidade e a particularidade, a totalidade e a totalização a temporalização e a temporalidade, a idealização e a objetivação, os símbolos e a ideologia”.

Como exemplo, tem-se o espaço público da praça nas cidades, Bastani (2013) contextualiza que esse ambiente tem variáveis definições, o que depende de sua origem e cultural local encontra, porém, sua essência, “praça”, o caracteriza sempre como um espaço público urbano para o uso social, isso é, convívio e lazer.

A praça, na grande maioria das cidades é o centro de convergência, chamando a população seja, para o ócio, comércio, encontros ou atividades religiosas, ou seja, é o principal cenário para o desempenho da vida urbana. Não se pode entender uma praça, sem buscar o contexto urbano na qual ela está inserida (BASTANI, p. 64 , 2013).

Bastani (2013) também afirma que são nesses espaços públicos, locais onde são definidas as relações e em que também são definidas por ela, onde-se encontram facilmente as atuais feiras de artesanato e culturais, expressas como atividades de lazer para a população, como crescimento de renda para os artesãos participantes, possuindo como apoio o poder público e instituições, como exemplo o SEBRAE.

Para Abreu (2015) o conhecimento do que vem a ser espaço tem como papel significativo a relação entre ambiente e usuário. Por exemplo, o Designer percebe o ambiente por meio da forma de como se é construído esses espaços e como estes se tornam lugares ou não lugares e influenciem nas decisões projetuais, desde a sua configuração até mesmo a escolha de artefatos e materiais adequados aquela realidade. A partir de tal atribuição é possível inferir na importância do valor ali empregado na prática projetual, principalmente nas relações formadas entre o entendimento do sujeito ao ambiente e este sobre o sujeito e o ambiente.

Abreu (2015) define ambiente no trabalho do Designer de Ambientes, como arranjo ou planejamento em que envolve uma pesquisa relacionada ao contexto, seu entendimento sobre o usuário, construção conceitual do ambiente por meio dos estudos entre contexto e usuário. A partir disso são desenvolvidos a elaboração do layout, estudo para definição de cores, formas, texturas, mobiliários, objetos que irão compor o espaço construído, equipamentos, materiais para revestimentos (pisos, paredes, teto) e conforto ambiental (iluminação, sistema condicionamento e acústica) a serem utilizados coesos ao ambiente construído, além de serem seguidas algumas normas pertinentes aos trabalhos desenvolvidos de acordo com sua área (hospitalar, industrial, residencial, comercial, efêmera e veicular como exemplo).

O espaço como ambiente, pode ser compreendido por suas condições materiais (“recursos naturais, humanos, financeiros, técnicos e tecnológicos, espaço disponível e sistema de objetos”) e imateriais (“percepção, satisfação, expectativa, apropriação, experimentação, relação, convívio, tempo e interação”), em que, as pessoas possam desenvolver suas atividades coletivas ou individuais nos âmbitos culturais, sociais, econômicos e políticos, onde possam exercer seus afazeres múltiplos de morar, comercializar, passear, apreender, rezar/orar, pesquisar, trabalhar, inovar e exercitar (BARBOSA, MACIEL, MOREIRA, 2014).

Abreu (2015) menciona que a palavra ambiente vem do latim “*ambiens*” e tem como significado cercar, rodear, estar a volta de algo ou pessoa. Os ambientes, entretanto, podem ser retratados como propriedades objetivas, observáveis ou subjetivas percebidas pelos usuários pelas suas características instantâneas, próximas e independentes, como exemplo, iluminação, temperatura, tamanho de seu agrupamento e composições. Vale deixar claro que tais aspectos não são discutidos de modo separado e sim como sistemas construídos um com o outro, o que se caracteriza como um sistema aberto.

Portanto, é cativante perceber que a construção de um ambiente não se dá somente pelo seu arranjo material, sua função e estética, mas também pela riqueza de seus valores subjetivos e imateriais diferenciados em cada projeto já estabelecido, pois cada material, artefato é carregado por um olhar diferenciado e por meio disso se constroem conceitos distintos (ABREU, 2015).

2.2.1 História sobre as feiras – espaços de convivência e comércio

As feiras têm seu início impulsionado pelas cruzadas³, segundo Boechat e Santos (2011), nessa época tinha-se uma necessidade de uma forma de atividade comercial para atender às necessidades dos viajantes e comerciantes. Lembrando que, desde a antiguidade as feiras tinham como seu principal objetivo proporcionar trocas de mercadoria de diferentes locais, com intuito de suprir a necessidade de cada indivíduo.

Historicamente, as primeiras feiras surgiram para satisfazer as necessidades de troca entre as pessoas. A partir e ao redor delas surgiram as comunidades, os burgos, as cidades. Com o passar do tempo, a invenção da moeda substituiu a troca pelo comércio dos produtos. De lá para cá muito ocorreu, e muitas outras grandes e pequenas revoluções alcançaram ainda que distintamente todas as classes sociais. Mas ainda assim, em meio ao povo, sempre com suas raízes no povo, entre as coisas de ontem e de hoje, com um

³ Expedições militares organizadas dos séculos X – XII com objetivo de unificar as forças da cristandade ocidental, onde mercadores viram como oportunidade ampliar seus negócios.

pé na tradição e outro no presente, parece que sempre estiveram ali. Quer na cidade ou no interior estão ali em dia, horário e endereço certo: dia de feira, onde “de tudo” agente encontra (LIMA; CÂMARA, 2010, p.1).

Com o passar do tempo, com a queda do feudalismo e o surgimento do capitalismo, o modelo de feira passa a ter sua importância como regulador do mercado econômico. A produção de excedentes e pela necessidade de outros produtos não produzidos em determinadas regiões surge a atividade do comerciante, iniciando de tal modo, a divisão social do trabalho. A feira exerce grande importância na implantação do dinheiro, na manutenção do capitalismo e no surgimento das cidades (BOECHAT E SANTOS, 2011). Lima e Sampaio (2009, p. 5) relatam também que as feiras livres se consolidam a partir das necessidades de “troca dos excedentes de produção e completam que elas se remontam ao período em que o homem deixou de ser nômade e fixou-se sobre a terra”.

Já no Brasil, as feiras livres são implantadas por colonizadores em nosso país como importante tradição da cultura ibérica (LIMA; SAMPAIO, 2009). “[...] há evidências de feiras livres desde os tempos da colonização “[...] elas resistem, sendo em muitas cidades do interior do país, o único local de comércio da população, funcionando também como centros de educação, cultura e entretenimento [...].” (LIMA; CÂMARA, 2010, p. 2).

De tal modo, a feira livre é um espaço reconhecido como um mundo de percepções, sentido e interações formadas por uma rede de educação, sociabilidade e culturas que se encontram presentes feirantes e fregueses, sendo eles, sujeitos sociais que possuem sua construção a partir da troca de produtos, saberes, fazeres, estratégias de compra e venda (LIMA; CÂMARA, 2010).

2.2.2 Abordagem sobre o ambiente feira de artesanato

Ao realizar uma pesquisa sobre a conceituação de feira de artesanato encontrou-se grande dificuldade para explicação do termo, não foram encontradas delimitações que tratavam sobre assunto. Desta maneira a partir do conceito inicial de feira e feira livre e por meio de exemplificações das atividades e relações socioculturais que ocorrem no ambiente de uma feira de artesanato, buscou-se conceituar sua definição.

O sentido etimológico da palavra feira em alguns momentos, é substituído pela terminologia mercado. No idioma português, o termo mercado é determinado da palavra latina *‘mercatus’*, empregada para designar um local fechado em que comercializam alimentos e demais mercadorias. Já o termo feira, vem do vocábulo latino *‘feria’*- dia de festa, e

habitualmente utilizada para designar um local público, geralmente descoberto locais em que são vendidos e expostas mercadorias (DANTAS, 2007).

Como relatado por Miranda (2010) as feiras livres geralmente são inseridas no centro do tecido original da cidade, isso é, no seu traçado inicial. Isso ocorre pela facilidade de se desenvolver em locais centrais e por serem propícios a terem espaços comerciais. A partir disso é argumentado pelo autor que muitas cidades europeias e americanas utilizam as feiras livres como locais de revitalização de seus centros o que atraem novamente nesses países a volta das pessoas nos centros urbanos e vizinhas no espaço público. “De modo contrário, os espaços planejados surgem como resposta a dificuldades surgidas no processo de ocupação do espaço, no caso das feiras livres, principalmente se elas estão nos centros urbanos” (MIRANDA, 2010, p. 5).

As discussões teóricas sobre feira são relatadas nas ciências humanas e sociais. Essas definições beneficiam aspectos diferenciados que ora tratam a feira como espaço vinculado a economia, em outros momentos por relações socioculturais. Ao se tratar em uma linha mais clássica, pode-se defini-las como elementos associados aos sistemas locais centrais, isso é, locais centrais de comercialização. Outras visões abordam a feira a partir de um ponto de vista formal e em outros momentos como informal (DANTAS, 2007).

De acordo com a ideias de Miranda (2009) a feira livre é um espaço público, normalmente em área descoberta, onde é desenvolvido o comércio, a troca e venda de mercadorias como uma estratégia de sobrevivência do setor informal. São localizadas no ambiente da cidade e consideradas como atividades que atraem movimento e dinamismo a esse ambiente. Assim configura-se o aspecto visível das feiras, como um local surpreendente e dinâmico, onde ocorrem incontáveis atividades da comunidade com uma fácil mistura e interação entre as pessoas. E como consequências, as feiras livres, acarretam diversas atividades que envolvem grande número de pessoas e ações inerentes a sua relação ao espaço da cidade. Sendo assim, importantes para as cidades onde estão localizadas, equilibrando as dinâmicas locais e possuindo sua importância nas áreas que delas dependem diariamente.

Tradicionalmente, as feiras se caracterizam por ser uma atividade que serve principalmente para a comercialização da produção de pequenos produtores que se deslocam com suas mercadorias para os núcleos urbanos, sendo considerada uma forma de circuito direto, com a mediação cara a cara entre o vendedor (que é o próprio agricultor) e o consumidor. Porém, com a atuação cada vez maior do intermediário e de outros agentes de comercialização na feira, a figura do agricultor-feirante praticamente desaparece. Por isso, dependendo da forma como a comercialização da feira

ocorre, ela pode ser caracterizada como um circuito de distribuição curto (DANTAS, 2007, p. 34).

A feira livre não é simplesmente um local de compra e venda de mercadorias e sim um espaço privilegiado onde se desenvolve uma série de relações sociais, ponto tradicional de encontro de amigos ou conhecidos, e é um lugar escolhido para diversos atos da vida social (MIRANDA, 2009).

A partir das definições do que é uma feira pode-se dizer que feira de artesanato é um conjunto de barracas, tendas, abrigos, expostos em espaços públicos na cidade e geralmente organizadas por associações de artesãos que possuem o intuito de divulgar o artesanato local, os produtos típicos e a geração de renda. Para Kuazaqui et al (2011, p. 285) “as feiras de artesanato trazem: filatelia, pedras, comidas típicas e plantas ornamentais; não sendo permitida a comercialização de artigos industrializados ou produtos de revenda, embora isso ocorra na prática”.

Pimentel et al (2007) em um estudo de caso realizado sobre a Feira de Arte, Artesanato e Produtores de Variedade de Belo Horizonte conhecida popularmente como Feira Hippie, diz que as finalidades da feira da cidade são:

- Cultural: a feira deve expor produtos relacionados à cultura;
- Socioeconômica: meio de divulgação das artes plásticas por meio da comercialização e pela produção das artes e artesanatos;
- Social: como caráter coletivo para todo o público, sendo ela por participação direta – nesse caso o expositor ou feirante e indireta – os frequentadores da feira;

Por fim, em seu estudo Pimentel et al (2007) relata que apesar da finalidade inicial ou principal outras finalidades foram agregadas, tais como a social e econômica que ao longo dos anos de desenvolvimento da feira culminaram em um embate em termos de prioridade em relação à finalidade cultural, sendo que, os feirantes que foram entrando ao longo do tempo aderem somente a questões socioeconômicas. De tal modo, pode-se inferir que a finalidade da feira é observada como elemento central da instituição e das organizações familiares que compõem a feira, pois, tal elemento é o elo comum e responsável pela união dos diversificados artistas e artesãos em um mesmo espaço e objetivo e que, portanto, essa seria a essência da reunião desses indivíduos e organizações resultando um certo valor compartilhado.

Outro estudo relevante é sobre a habitual Feira de Caruaru em Pernambuco, Tenorio et al (2014) relata que ao passar do tempo muitos novos produtos foram incorporados à feira,

vindo de outras partes de Pernambuco e do Nordeste, porém o espaço da Feira de Caruaru continua como um ambiente de saberes, modos de fazer, ofícios, e expressões tradicionais em que acabam encontrado mercado e mantem sua permanência. O saber presente no local provém da medicina popular, por meio do uso de ervas e plantas, pelos ofícios ligados a confecção de utensílios, objetos feitos de lata, couro, tecido, barro, palha, vime e também os produtos alimentícios feitos de modo artesanais como – farinha, gomas, doces, bolos e comidas típicas da região. Vale ressaltar que nesse espaço também ocorrem as tradicionais criações e expressões artísticas populares, como o artesanato figurativo de barro, o cordel as bandas de pífanos, a poesia, música, o canto dos emboladores e repentistas, tornando-se de tal modo um local importante na continuidade e reprodução dessas expressões.

Por terem características de comércio e economia informal, muitos dos exemplos de feira estabelecidos acabaram passando por processos de perda: de qualidade, de importância social e cultural por serem meramente tratadas como espaço mercantil de produtos e como exemplo de uma economia estagnada. Ainda assim, ao passar dos anos as feiras continuaram a existir e assumiram uma nova roupagem, por meio de novas informações, pela inserção do trabalhador assalariado, sem o contexto de trabalho familiar, sem a exclusividade de comercializar produtos locais. Inclusive, carecem de reformulações na forma das barracas, dos produtos, o que o tornaram mais atrativos aos consumidores (MIRANDA, 2009). Elas são reveladas por meio dos aspectos históricos, comportamentais e espaciais, são instituições com significados diversificados que espelham contextos diferenciados e atraem públicos diferentes e identificadas pelo artesão que ali está comercializando seus produtos (CARRIERI et al, 2011).

Marçal et al (2013) ao orientar um trabalho referente a análises ergonômicas em uma feira de artesanato, na disciplina de ergonomia na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (ED/UEMG) constatou que o ambiente da feira de artesanato não era adequado para os funcionários em que muitos trabalham de modo improvisado o que não atende adequadamente as atividades de comer, utilizar sanitários ou locais para descanso, outros pontos observados foram a falta de segurança para os clientes e funcionário; alto volume da música ambiente, o que gera grande ruído no local; poluição visual pelo excesso de objetos, o qual pode aumentar o nível de estresse; excesso de calor, devido à localização de cada barraca; e em período de chuva em que pode-se constar um ambiente não ideal para sua prática. Vale lembrar que em sua pesquisa a feira de artesanato foi colocado com um espaço importante para a população local “A feira para a população local representa uma importante

forma de socialização e ocupação de vias públicas, usadas também, como fonte de obtenção de renda para muitas famílias” (MARÇAL et al, p.3, 2013).

A partir das observações abordadas em sua pesquisa foi-se analisado as possibilidades da inserção do designer de ambientes para solucionar os problemas apresentados acima, para isso utilizou-se a análise da tarefa e atividades⁴. Por meio dos dados recolhidos na pesquisa de campo, buscou-se solucionar os problemas do feirante através do desenvolvimento de um novo carrinho para transportar a barraca, como um local exato para o artesão trabalhar em sua barraca e croqui referente a paisagem da feira, isso é, sua disposição no ambiente, a disposição de suas barracas com base em sua circulação, iluminação natural presente no local e novos modelos de barraca o que inclui a definição de material, apresentação visual, facilidade de montagem e circulação que possibilitem maior segurança (MARÇAL et al, p. 9, 2013).

A partir das observações citadas no trabalho de Marçal et al (2013) é possível perceber o lado técnico do trabalho em um ambiente de uma feira de artesanato, assim como a necessidade de trabalhar questões relacionadas ao conforto ambiental em uma feira de artesanato, ergonômicos, segurança e apontamento na melhoria da circulação e paisagem. Tais apontamentos revelam a importância do designer de ambientes inseridos em ambientes efêmeros.

Portanto, segundo Sato (2007) a feira é um espaço de trabalho que se faz da beleza, da brincadeira e move-se a partir de todo um ritual que é concebido pelo espaço de convivência social. Decorrendo, um local concedido a uma atividade itinerante que ocorre no espaço público, caracterizada por uma estrutura ampla de redes de relações sociais onde são contidas diversas regras que muitas vezes não são ditas e sim contidas de forma implícitas. Seu funcionamento se dá por meio das relações de cooperação, colaboração e competição e sua amplitude é estabelecida para além daquele em que está instalada e se concretiza no cotidiano através das conversas entre os vizinhos de barraca, pelas conversas que ocorrem no ambiente e pelos amplos debates que ocorrem em sua trajetória.

A feira de artesanato então se caracteriza como um significativo ponto de geração de renda e articulador de comercialização e divulgação do artesanato em que se percebe a importância da melhoria do ambiente por meio de suas demandas complexas e ergonômicas, como exemplo no caso do Designer de Ambientes que envolverá demandas de organização da

⁴ Atividade direcionada para o entendimento técnico/ergonômico da utilização dos ambientes e de seus artefatos, com intuito de solucionar os problemas observados.

feira, objetos de trabalho entre outros fatores como meio de contribuir para diminuição dos problemas abordados (MARÇAL et al, 2013).

2.3 Da Decoração ao Design de Ambientes

Acredita-se que a melhoria das condições dos espaços em que se vive, se habita, surge desde os primórdios da humanidade. Por exemplo, “os homens das cavernas que começaram a ‘ajeitar’ as coisas no ‘ambiente’, para se sentirem mais ‘confortáveis. (GALESSO, 2014).

O Portal Educação do MEC (2013) relata que o Design de Interiores, considerando ao termo como a disciplina de Decoração, surgiu dos os antigos egípcios, que decoravam suas cabanas a partir de um mobiliário simplório, utilizando, mobiliários de assentos e mesas com acabamento reforçado pelas peles de animais ou tecidos. Além de utilizarem também de pinturas, murais esculturas, vasos decorativos, entre outros.

É possível perceber que no Egito, na Grécia, durante o domínio do Império Romano, é evidente a utilização de recursos de adornar os ambientes a partir dos recursos disponíveis na época, com o objetivo de reproduzir as características de seus usuários (GALESSO, 2014).

Os romanos são considerados os pioneiros a cuidarem do conforto do espaço habitado. É neste momento que, pela primeira vez, se tem a ênfase na combinação da estética com o conforto nos ambientes. Com o passar do tempo a decoração desses espaços internos se tornaram essenciais e característicos de riqueza e status sociais (Portal Educação, 2013).

A palavra decoração segundo Galesso (2014), tem sua origem na Roma antiga, *Decoratine* – porém seu conceito está ligado aos egípcios. Sua história é relacionada ao próprio Design, da arquitetura, do mobiliário, das artes decorativas, aos aspectos sociais, econômicos e culturais das artes como todo. O termo decoração é definido pelo Dicionário Michaelis On Line (2016) como – “Ação, ou efeito de decorar ou ornar; Adorno, embelezamento, enfeite, ornamentação; Aspecto geral e Cenário”.

Para Dantas (2015) o termo “decorar” tem como ponto de partida, do seu real significado, a partir da visita frequente do navio *L’Atlantique* e de duas visitas da embarcação *Normandie* no Brasil. Pois, nesses navios era possível perceber a adequação do mobiliário de modo proporcional e racional nos ambientes, os tapetes pensados para os espaços, as cortinas como complementos indispensáveis, a iluminação que era capaz de tornar o local agradável. Fica claro aqui a utilização do adjetivo “*esemblier*”, palavra francesa, que caracteriza a ideia de unidade, dessa via, percebe-se que há um projeto nesses espaços, que a composição ali foi pensada.

A partir da Revolução Industrial, de início na Inglaterra e conseqüentemente por toda a Europa, nos séculos XVIII e XIX, possibilitou a produção em série de artefatos como, máquinas, mobiliários, objetos, acessórios, tecidos e diversos de outros produtos e materiais que antes era concebido por meio de processos artesanais ou ainda nem existiam. Tal movimento, permite a democratização na prática da decoração, antes restrito apenas à nobreza, reis, rainhas da França, Inglaterra e outros soberanos (GALESSO, 2014).

Sob o impacto da Revolução Industrial, as técnicas de construção modificam-se, trazendo equipamentos e meios para uma nova elite urbana brasileira se estabelecer e se destacar refletindo o poder do café, incorporando elementos de vanguarda da cultura europeia em terras americanas. Sob o impacto dessas atitudes altera-se a casa, altera-se o lote obedece a essas mudanças transformações e acomodações da família e da sociedade. (VERÍSSIMO; BITTAR, 1999, p.52).

Somente no final do século XIX é que a decoração se torna mais acessível, isso é, as classes menos abastadas passam a ter acesso, e apenas a partir do século XX que a Decoração passa a existir em grande escala, caracterizando-se como uma necessidade verdadeira dos usuários que conseguem adquiri-las (GALESSO, 2014).

[...] As últimas décadas do século 19 e as primeiras do século 20 testemunharam uma preocupação generalizada, e às vezes histérica, com a higiene. [...] Além dos esforços essenciais empreendidos para conter a propagação de epidemias nas grandes cidades, as campanhas sanitaristas acabaram se empenhando também no redimensionamento das condições de higiene doméstica, com conseqüências importantes para a área do design. Às virtudes já conhecidas do lar - conforto, domesticidade, bem-estar - vieram juntar-se novos critérios de limpeza e eficiência. Foram introduzidas entre as décadas de 1860 e 1890 a maioria das instalações hidráulicas, de louças e de aparelhos domésticos que iriam dar forma à cozinha e ao banheiro moderno [...] (CARDOSO, 2004, p. 60-61).

É possível perceber a partir da leitura do texto de Cardoso (2004) que em paralelo aos redesenho das moradias uma nova ordenação dos locais de trabalho são concebidos. Com a revisão das condições de instalação sanitaristas as investigações tayloristas sobre “gerenciamento científico” as fábricas passam a ser reorganizadas e isso inclui também seus escritórios. Desse modo é possível perceber a evolução dos móveis de escritórios, o que permite perceber de modo impressionante a evolução da conceituação e natureza do trabalho como exemplo:

Tradicional bureau escrivania alta com muitas gavetinhas e tampo de rolo, característica do escrevente do século 19 deu lugar logo no início do século 20 à mesa de trabalho baixa, vazada e com poucas gavetas. O antigo escrevente perdia a sua autonomia espacial, o seu domínio de uma pequena ilha independente contendo materiais e processos sob sua guarda exclusiva, e passava a se inserir em um arranjo de mesas interligadas -um módulo entre muitos mais baixas e sem espaço para armazenar nada além dos instrumentos básicos de trabalho. Todo o serviço permanecia a vista sobre a superfície da mesa, ou então tinha que ser logo despachado para outras mesas. A função de arquivar era desmembrada para um novo móvel o arquivo - e, em muitas empresas, passava a ser responsabilidade de um novo departamento (CARDOSO, 2004, p. 64)

Vale lembrar que o Ensino de Design surge com a *Bauhaus* na Alemanha em 1919, a ideia fundamental sustentada por Gropius⁵ era de que a arte e a técnica deveriam ser uma nova e moderna unidade, isso é, a técnica não depende da arte, porém a arte necessita de muita técnica. A proposta do pensamento da *Bauhaus* era de reformar a vida na virada do século 19 para o 20 substituindo a forma de morar, que antes possui mobiliários pesados e quartos escuros para ambientes claros, pois as pessoas modernas do novo século 20 desenvolveriam novas formas de habitar (BURDEK, 2006).

Para Dantas (2015) é por meio dos herdeiros da *Bauhaus*, isso é, profissionais que deram continuidade aos trabalhos desenvolvidos pela escola, como exemplo são citados alguns artefatos produzidos na Itália, são elas, poltronas, mesas cadeiras e objetos considerados atemporais. A partir disso é possível perceber um início de associação entre o Design e Decoração, pois, decoradores começam a utilizar esses novos traçados em seus projetos, tal como, os mobiliários de “pés palito” desenvolvidos nas décadas de 50 e 60, que acabaram marcando a época por meio do seu caráter.

Já no Brasil a decoração começa a prosperar a partir da chegada da família real no século XIX, pois a necessidade da corte lusitana de manter os mesmos padrões de Portugal, fez com que a família ordenasse a importação de mobiliários, tapetes, tecidos, acessórios entre outros materiais utilizados na área de decoração. Vale lembrar que na época o Brasil, colônia de Portugal, possuía poucas possibilidades para atender a demanda da família real e não conheciam os principais estilos de mobiliários que formavam a base da Decoração no restante do mundo (GALESSO, 2014).

Freyre (2004) em sua obra “Sobrados e Mocambos” a partir da descrição de Robert Burford, relata a decoração interna de um pequeno sobrado de um, dois ou três andares, na

⁵ Pioneiro na criação da Bauhaus e desenvolvimento do ensino de design. BURDEK, Bernhard E. Design – história, teoria e prática do design de produtos. 496 p. São Paulo: Edgar Blucher, 2006.

cidade do Rio de Janeiro em 1823, A “[...] sala de visita pintada com cores vistosas, varanda onde às vezes se comia, alcovas, cozinha, estábulo, para o qual se entrava, tendo de atravessar a parte mais nobre da casa. [...]” (FREYRE, 2004, p. 309).

As Artes Decorativas, assim nomeada na época, não eram desconhecidas no Brasil no final do século XIX como aborda Dantas (2015), os vitrais, técnica essa medieval, já se encontravam presentes em algumas residências e nos espaços públicos onde continuariam a colorir e filtrar as luzes ao longo das décadas seguintes. “[...] Os trabalhos de ferro fundido e o ferro batido entraram para o vocabulário das construções e mobiliários. ” [...] (DANTAS, 2015, p. 18).

Com a chegada da luz elétrica na passagem dos séculos XIX para o XX, uma verdadeira revolução se deu no interior das moradias, pois passaram a existir iluminações nos tetos que utilizavam os melhores lustres e a água encanada, resultando na reconfiguração dos espaços das cozinhas e banheiros.

Durante o século XX, vários Designers adotaram para si o título de Decorador de Interiores, embora muitos agissem apenas como decoradores, outros chegavam até a desenvolver projetos bem maiores, como exemplo o designer britânico Robert Atkison que produziu grandes trabalhos na área de art déco do edifício Daily Express na Fleet Street, finalizado em 1932 (BROOKER; STONE, 2014).

Essas inovações aos poucos foi se democratizando, não como uma melhoria de conforto dentro desses ambientes. Ressaltando, que até mesmo as classes mais abastadas não tinham a consciência desse conceito da nova moradia. Tais ideias eram importadas pelas classes mais abastadas diretamente da Europa e eram consideradas a partir do emprego do substantivo de “luxo” (DANTAS, 2015).

Após a Segunda Guerra Mundial, a profissão de Designer de Interiores começou a ter destaque e seu status melhorado, foi na década de 50 que foi reconhecida e se consolida como profissional em si, pois, o Instituto Britânico de Decoradores (IIBD) criado em 1889, adicionou ao seu nome “Designer de Interiores” em 1953, passando a abandonar a palavra decorador em 1976 e substituindo-a por design de interiores e por fim Sociedade dos Designers

A evolução da Decoração no Brasil ocorre principalmente no início do século XX passando pelas décadas de 50, 60, 70, 80 e 90, é a partir dos anos 90 que o termo é alterado para Design de Interiores (GALESSO, 2014). E a partir dos anos 2000 duas Universidades públicas brasileiras passam a adotar o termo Design de Ambientes, são elas: a Universidade do Estado de Minas Gerais e a Universidade Federal de Goiás.

Na década de 50 ocorre o aflorar da arquitetura moderna brasileira que resulta com a criação de Brasília nos anos 60. É nos anos 50 que a Decoração deixa de pertencer somente as classes de maior poder aquisitivo, a classe média e média alta também começam a utilizar do profissional que cuida da organização do espaço residencial, como exemplo, os arranjos de mobiliários e demais composições domésticas feitas por meio de um trabalho conjunto, elaborado para que os ambientes estejam organizados, agradáveis, fluidos e atraentes (DANTAS, 2015). Essa época também marca a inserção das mulheres na profissão, no qual, as mulheres começam explicitamente a conquistar o mercado de trabalho. “[...] Abandonadas de várias gerações, viajavam com frequência e tinham um bom gosto uma espécie de herança familiar. [...], portando, que as mais talentosas se aventurassem no universo da decoração, ainda assim sem qualquer formação na área [...]” (DANTAS, 2015, p. 15).

Em 1950, a TV chega ao Brasil e sua inserção nas casas se tornaria indispensável, introduzindo uma mudança na configuração das salas: sofás, grandes e confortáveis, são a peça de mobiliário que agrupa a família em torno do noticiário e das novelas, que fariam sua estreia em 1960. Era necessário de conforto alterando a formatação vigente da casa. Até que esse aparelho surgisse, ainda que pareça pouco plausível, o conforto não era item de primeira necessidade (DANTAS, 2015, p. 140).

Destacando que essa é a época no Brasil em que o ensino de Design começa a se estruturar após o surgimento da ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial) na cidade do Rio de Janeiro em 1963. A instituição é responsável pelo primeiro curso de graduação em toda a América Latina, a partir de tal iniciativa, outros cursos começam a surgir no país, no âmbito formal de ensino superior de design em diversas localidades brasileiras, como exemplos: os cursos na FUMA (Fundação Mineira de Artes e Aleijadinho), atualmente Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais em Belo Horizonte; e em São Paulo a FAAP (Fundação Armando Alvares Penteado), ambas as iniciativas começaram com o curso de Desenho Industrial (MORAES, 2006).

Em 1959 foi criado, pelo italiano Italo Bianchi, a IADÊ (Instituto de Arte e Decoração), na cidade de São Paulo. O curso, inicialmente oferecido em curta duração (dois anos) amplia-se, em 1961, para curso de três anos, com uma grade de ensino bastante articulada. A instituição foi fundamental na contribuição para dar corpo à profissão (DANTAS, 2015).

A década de 60, segundo Kranz (2008) é a base para os cursos de arquitetura de interiores, nomenclatura utilizada no momento. Nessa época os profissionais eram

responsáveis pelos ambientes criados, tinham caráter próprio, identidade e eram informados sobre as inovações da época. Os clientes faziam parte de uma elite informada, viajada e procuravam ambientes diferenciados. A diversidade de estilos deparadas nos domicílios era parecida com o que se encontrava na profissão, no qual, cenógrafos, figurinistas e decoradores de eventos, também decoravam interiores residências e comerciais, o que coincide na construção da formação do profissional de decoração (DANTAS, 2015).

Já nos anos 70 é possível constatar a pluralidade nas escolhas. É nesse momento que se percebe a forte influência das mulheres na área da decoração. E nem sempre possuíam formação profissional e começam sua carreira um pouco tarde, após criarem os filhos, quando passam a ter mais tempo disponível. Como é o caso da decoradora Turquinha Muniz de Souza, que após ficar viúva ingressa na profissão em 1972 aos 51 anos, iniciou a profissão como hobby ajudando as amigas ao realizar compra em lojas e na definição da decoração em suas casas (DANTAS, 2015).

Nos Estados Unidos, o Instituto Americano de Decoradores de Interiores (ASID), surgido em 1931, tornou-se a Sociedade Americana de Designers de Interiores (ASID) nos anos 70. Outras entidades seguiram o exemplo da alteração na nomenclatura de seu nome, como exemplo, a Federação Internacional de Designers e Arquitetos de Interiores (Ifilda) e a Associação Instituto Asiático Internacional de Design (Aidia) ambas na Ásia. No Brasil temos o caso da ABD que antigamente chamada de Associação Brasileira de Decoradores passou a ser chamada de Associação Brasileira de Designers de Interiores. (BROOKER; STONE, 2014).

A Associação Brasileira de Design de Interiores (ABD) foi fundada com intuito de estabelecer norma para a o exercício da profissão e do mercado, como meio de reunir os profissionais da área, para a definição do currículo básico na formação desses profissionais e para defender a categoria e outras atribuições importantes para esse profissional, sendo hoje a principal instituição da categoria no Brasil (GALESSO, 2014).

Assim como nos anos 70 a década de 80 é marcada por ambientes onde todos os estilos são permitidos, graças as experiências nos anos passados, “[...] Há espaço para ambientes clássicos, para experimentações, para o exotismo e até para o modismo passageiro, do qual a década de 70 foi um laboratório particularmente marcante. [...]” (DANTAS, 2015, p. 218).

No fim da década de 80 segundo Kranz (2008), quando ocorre um grande crescimento do mercado da área de decoração, design de interiores/ambientes, o que antes era tido como luxo aos poucos vai se popularizando. E em 1987 surge a casa cor, maior mostra de

Decoração, Design de Interiores / Ambientes no país, o evento tem como foco o trabalho residencial e dita o que é considerado com acabamentos, tendências e moda no mercado. A Casa Cor pertence ao grupo Abril e é compreendida como a maior mostra de Arquitetura, Decoração e Paisagismo das Américas, e evento acontece anualmente e reúne arquitetos, paisagistas e decoradores brasileiros renomados, está presente em cerca de 20 cidades brasileiras e 4 países latino-americanos (CASA COR, 2016).

O mercado nacional de Decoração cresceu, mas a qualidade não acompanhou o ritmo. 'Hoje, há poucos criadores, a maioria faz cópia. A decoração está globalizada, é difundida na TV, nas revistas; o novo-rico escolhe estande na Casa Cor. E essa é uma tendência mundial, a moda estraga qualquer coisa', diz o arquiteto Ugo Di Pace. Isso se reflete na monotonia das vitrines de grande parte das lojas de decoração, onde imperam o branco e o creme, o estilo clean e ambientes pasteurizados (KRANZ, 2008, [S.P]).

O Design de Interiores é uma área profissional relativamente nova, porém isso não impossibilita afirma que seja praticada a pouco tempo, por exemplo, marceneiros, estofadores ofereciam sugestões e soluções de layouts da casa. (BROOKER; STONE, 2014). Galesso (2014) aborda que o termo “Design de Interiores” é novo no Brasil e surge no fim da década de 80, época em que a área era conhecida como decoração, ou por arquitetura de interiores. De início, o mercado era dominado por profissionais do sexo masculino, Arquitetos, Designers de mobiliários e autodidatas.

Design de Interiores tem sua distinção das demais área do Design, pois o interior está inserido em questões que envolvem uma construção e seu contexto ali disposto e suas influências, o que se torna importante sobre outras abordagens. Os outros tipos de Design, como exemplo, gráfico, de moda e produto, tem de considerar sua função, qualidades estéticas e estrutura da peça. Claro que o Designer de Interiores também leva em consideração essas indagações, porém deve conceber pela perspectiva do interior ali habitado. Vale deixar claro que esses ambientes podem gerar significados e também dar valor e consequência a situação expressada. Desse modo, o Design de Interiores surge como uma área independente, não como uma forma acessória da arquitetura ou uma extensão da decoração (BROOKER; STONE, 2014).

No fim da década de 90 o Ministério da Educação e Cultura (MEC) institui o curso de Nível Técnico em Design de Interiores, a partir do convite feito a Associação Brasileira de Designers de Interiores e as principais escolas de Arte e Design e ofereciam cursos livres de Decoração de Interiores, assim chamado na época, para participarem na formatação dos

referenciais curriculares nacionais da educação profissional de nível técnico dos cursos da área. O trabalho desenvolvido pelo coletivo de profissionais formou as bases curriculares para a formação dos futuros profissionais, como suporte de bases tecnológicas, habilidades e competências e as principais funções do profissional de nível técnico. Lembrando que é obrigatório a adoção de pelo menos 80 % (oitenta por cento) do currículo aprovado e como critério livre de cada instituição a complementação do restante do currículo (GALESSO, 2014). Em consulta ao site do E-MEC – Sistema de Regulação do Ensino Superior (2016) foi possível consultar que atualmente no Brasil existem 9 cursos bacharéis em Design de Interiores, 2 cursos bacharéis em Design de Ambientes e os demais cursos da área são tecnólogos.

Abreu (2015) relata que em 2004 o Conselho Nacional de Educação a Câmara de Educação Superior por meio da resolução nº 5 de 8 de março de 2004, aprovou as diretrizes curriculares Nacionais dos Cursos de Graduação em Design e o Curso de Decoração passa por uma reforma curricular transformando em Design de Ambientes / Interiores. Portanto, essas são as nomenclaturas utilizadas para o novo curso, compreendendo que tanto o curso de Design de Ambientes quanto o de Design de Interiores projetam ambientes internos e externos.

Art. 3º O curso de graduação em Design deve ensinar, como perfil desejado do formando, capacitação para a apropriação do pensamento reflexivo e da sensibilidade artística, para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades bem como as características dos usuários e de seu contexto sócio-econômico e cultural.

Art. 4º O curso de graduação em Design deve possibilitar a formação profissional que revele competências e habilidades para:

I - capacidade criativa para propor soluções inovadoras, utilizando domínio de técnicas e de processo de criação;

II - capacidade para o domínio de linguagem própria expressando conceitos e soluções, em seus projetos, de acordo com as diversas técnicas de expressão e reprodução visual;

III – capacidade de interagir com especialistas de outras áreas de modo a utilizar conhecimentos diversos e atuar em equipes interdisciplinares na elaboração e execução de pesquisas e projetos;

IV - visão sistêmica de projeto, manifestando capacidade de conceituá-lo a partir da combinação adequada de diversos componentes materiais e imateriais, processos de fabricação, aspectos econômicos, psicológicos e sociológicos do produto;

V - domínio das diferentes etapas do desenvolvimento de um projeto, a saber: definição de objetivos, técnicas de coleta e de tratamento de dados, geração e avaliação de alternativas, configuração de solução e comunicação de resultados;

VI - conhecimento do setor produtivo de sua especialização, revelando sólida visão setorial, relacionado ao mercado, materiais, processos

produtivos e tecnologias abrangendo mobiliário, confecção, calçados, jóias, cerâmicas, embalagens, artefatos de qualquer natureza, traços culturais da sociedade, softwares e outras manifestações regionais;

VII - domínio de gerência de produção, incluindo qualidade, produtividade, arranjo físico de fábrica, estoques, custos e investimentos, além da administração de recursos humanos para a produção;

VIII - visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos sócio-econômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade (RESOLUÇÃO Nº 5, p. 2, 2004).

Nos dias atuais o Design de Interiores é reconhecido como uma profissão que une diversas disciplinas, os profissionais podem elaborar projetos de varejo, exposições, ambientes de trabalho, entretenimento, branding, cenários, áreas hospitalares, empreendedorismo, gestão do Design, ecodesign e eventos etc.

A profissão é regulamentada na Europa, exceto, Reino Unido e nos Estados Unidos e devem ser exercidas somente por profissionais diplomados em Design de Interiores (BROOKER; STONE, 2014). No Brasil, sua regulamentação aconteceu recentemente, no final de 2016, e é compreendida pelas nomenclaturas de Design de Interiores e Design de Ambientes, porém sua atuação não é exclusiva para os profissionais graduados na área.

Art. 1º É reconhecida, em todo o território nacional, a profissão de designer de interiores e ambientes, observados os preceitos desta Lei. Art. 2º Designer de interiores e ambientes é o profissional que planeja e projeta espaços internos, visando ao conforto, à estética, à saúde e à segurança dos usuários, respeitadas as atribuições privativas de outras profissões regulamentadas em lei.

Art. 3º O exercício da profissão de designer de interiores e ambientes, em todo o território nacional, é assegurado aos portadores de diploma de curso superior expedido por instituição de ensino superior oficialmente reconhecida em: I – Design de Interiores; II – Composição de Interior; III – Design de Ambientes, na especificidade de interiores; IV – Arquitetura e Urbanismo (Projeto de Lei da Câmara nº 97, de 2015 (nº 4.692, de 2012).

Resumidamente, o levantamento histórico do profissional da área de Design de Ambientes que tem seu início através da Decoração e é algo recente e de difícil acesso que necessita ter sua pesquisa ampliada. A partir das leituras realizadas foi possível perceber como esteve ligado as lojas de decoração criadas no começo do século XX, as importações tanto de artefatos e profissionais europeus, as questões abordadas como artigos de luxo e privilégio de uma pequena classe. Lembrando que, ao caminhar dos anos o interior dos espaços é fortemente influenciado pelos estilos arquitetônicos de cada época, como: o Neoclássico – final do século XIX e início do século XX; Art Déco e Art Nouveau – entre as

décadas de 20 e 30; modernismo – décadas de 50 e 60; até chegar nos dias de hoje onde encontra-se presente uma miscelânea de influência dos diversos estilos anteriores.

Portanto, a partir da abordagem histórica é possível perceber a influência da Decoração e da Arquitetura na constituição do Design de Interiores e Design de Ambientes, porém é importante deixar claro que decoração não é Design de Interiores e Design de Ambientes e sim uma de suas ferramentas de trabalho dentro dos cursos. Apesar de muitos acreditarem e verem a prestação desse serviço para altas classes sociais, é plausível dizer que o foco do trabalho deixa de ser o residencial e passa a preocupar com outras possibilidades de trabalho.

Hoje o profissional da área de Design de Interiores/Ambientes tem sua abrangência bem maior que a do decorador, suas atividades envolvem desde a execução de projetos para áreas internas residências, de comércio, da indústria, de embarcações, de veículos, de espaços efêmeros etc. e também a elaboração de plantas, elevações, orçamentos, desenhos de apresentação ao cliente dos projetos desenvolvidos, especificações de produtos, contratação de profissionais e empresas para execução dos projetos sob sua supervisão entre outras atividades (GALESSO, 2014). É importante mencionar que até os dias de hoje a decoração, o Design de Interiores e o Design de Ambientes carregam essa ideia de acessibilidade restrita as classes com poderes aquisitivos mais altos. Atualmente, pode se considerar que essas questões vêm sendo desmistificadas possibilitando o acesso a todos.

2.3.1 Design de Ambientes e sua área de atuação

Como referenciado anteriormente, a partir de um breve levantamento histórico, é importante antes de discutir sobre Design de Ambientes, contextualizar a diferença entre Decoração, Design de Interiores e em seguida Design de Ambientes e suas diversas abordagens.

Decoração, segundo Brooker; Stone (2014) é a arte de decorar espaços internos, ambientes ou cômodos, com intuito de transmitir uma identidade específica ao qual funcione bem com a arquitetura presente, a profissão está relacionada a padrões de superfícies, ornamento, mobiliário, acessórios de iluminação e materiais em que geralmente envolverá pequenas alterações.

Outro exemplo de cursos de curta duração são os que eram oferecidos pela IADÊ (Instituto de Arte e Decoração), considerada a pioneira no Brasil a oferecer cursos na área, esses cursos foram criados por exemplo para dar aos estudantes alguma noção dos estilos históricos.

Ítalo Bianchi sentia que muita gente ainda não entendia a decoração como a organização do espaço, como arquitetura de interiores. Ele pensou em uma escola que desse ao aluno não apenas formação técnica, mas também um embasamento cultural. Criou o curso nos moldes do que foi a Bauhaus e o sucesso foi imediato (DANTAS, 2015, p. 182).

Já o Design de Interiores é uma atividade multidisciplinar que envolve desde a criação de ambientes internos articulados ao clima e a identidade por meio do uso de volumes espaciais, colocação de elementos específicos, mobiliário e tratamento de superfícies (BROOKER; STONE, 2014).

O Design de Interiores, além de utilizar a Decoração como uma de suas ferramentas no fim do projeto, tem como função, elaborar espaços coerentemente, a partir de normas técnicas como a NBR 9050 (Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos), tratar da ergonomia, acústica, conforto térmico e luminotécnica⁶ no ambiente, como exemplo. É também um curso que proporciona a captação das reais necessidades, explícitas ou não, dos clientes e usuários e concretizá-las através de projetos específicos. Seu trabalho se dá a partir da reconstrução do espaço a ser habitado ou não, por meio da releitura do layout, da ampliação ou redução de espaços, dos efeitos cênicos a serem utilizados, na aplicação de tendências e novidades técnicas, do desenvolvimento de peças exclusivas, como mobiliários planejados, produção de objetos necessários para o ambiente e por várias outras possibilidades de atribuições, porém seu trabalho se restringe a ambientes internos, vale lembrar que alguns poucos cursos, abordam de modo rápido o uso dos ambientes externos na disciplina de paisagismo (OLIVEIRA, 2008).

Designer de Interiores é o profissional que atua numa atividade criativa de caráter multidisciplinar dedicada ao planejamento da ocupação e do uso de espaços construídos ou não, de uso residencial, empresarial, institucional, industrial, misto ou efêmero, tendo o usuário como foco de projeto e considerando os aspectos funcionais, estéticos e simbólicos do contexto socio-econômico-cultural em que atua, de modo a resultar em ambientes confortáveis e eficientes às demandas instituídas contribuindo para o bem estar e a qualidade de vida dos seus usuários (ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DESIGN DE INTERIORES, 2015, p. 2-3).

O estudo dos interiores é uma atividade multidisciplinar que compartilha aspectos com diversas outras práticas criativas. Isso pode ser encarado como um desafio que traz em si um livre-arbítrio libertador. É uma atividade que

⁶ Projetos que são realizados com ênfase na iluminação do ambiente, na especificação de luminárias, nas condições de ambiência adequada ao com se condiz com a iluminação de ambientes.

não se limita por regras ou fronteiras que restringem a atuação em muitas outras áreas (BROOKER; STONE, p. 27, 2014).

O Design de Ambientes é uma nova terminologia, instituída aproximadamente há 12 anos no Brasil. É delimitada como uma área que se destina a projetos de ambientes, ou seja, espaços cotidianos da vida de uso residencial e empresarial (BARBOSA et al, 2010).

O Design de Ambientes é definido pelo site da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG/ED) como “um curso que propicia conhecimentos que dizem a respeito às relações entre o homem e o espaço interno e/ou externo (ESCOLA DE DESIGN, 2014). BARBOSA; MACIEL e MOREIRA (2014) relatam que a graduação em Design de Ambientes na instituição, tem sua origem no curso bacharel em Decoração oferecido desde a década de 60, o curso com a atual nomenclatura está em vigor desde o ano de 2004, onde teve seu projeto pedagógico revisto e readequado à proposta atual da Escola de Design.

Abreu (2015) define Design de Ambientes como uma atividade de caráter multidisciplinar que se responsabiliza por identificar e solucionar questões referentes a relação entre o humano e o espaço/ambiente, sendo eles, internos ou externos, residenciais, empresariais, institucionais, industriais ou efêmeros, arquitetônicos ou não arquitetônicos, lembrando que se inclui também ambientes virtuais e de transporte, possuindo o usuário como foco do projeto e considerando as características funcionais, estéticas e simbólicas presentes em cada contexto sócio-econômico-cultural. Por ter sua inserção na área de ciências sociais aplicadas, o designer de ambientes tem como compromisso a função social, isso é, pensar no bem-estar e na qualidade de vida de cada um de seus usuários.

A Universidade Federal de Goiás (UFG) esclarece que o Design de Ambientes, é uma área articuladora de estudos dos problemas do ambiente construído, possuindo como competências compreender e traduzir as necessidades dos indivíduos e segmentos sociais. (FAV, 2015), ambas, as únicas, a fornecerem o curso com essa nomenclatura.

As soluções em Design cabem às diferentes demandas da contemporaneidade, e podem atingir os objetos, os processos, os serviços e seus respectivos sistemas, que num contexto amplo estão inseridos e fazem parte do ambiente. O Design de Ambientes apresenta-se, assim, como uma atividade voltada para a solução de ‘problemas’ das pessoas em relação ao meio no qual estão inseridas. Tanto o arranjo quanto a ambiência dos ambientes são os meios para a apresentação de solução em design, qualificando o uso das edificações, reduzindo a percepção dos não lugares, estimulando a convivência, facilitando a percepção de tempo e de espaço pelos usuários, construindo sentidos e concretizando desejos (BARBOSA; MACIEL e MOREIRA, 2014, p. 3).

Oliveira (2008) comenta que o foco é praticamente o mesmo do Design de Interiores, porém este pode atuar em paisagismo e iluminação de áreas externas, concepção de praças, clubes e parques. Contudo, sua atuação em áreas que tenham elementos estruturais, apenas ocorre a partir da formalidade e segurança técnica com supervisão e acompanhamento de um engenheiro de estruturas.

O profissional na área, isso é, o Designer de Ambientes, é o mediador com *no hall* técnico e criativo e utiliza o projeto como “resultado de um processo de análise, desenvolvimento e solução”, que se dá a partir das necessidades e dificuldades contemporâneas. Para assim o projeto favorecer a qualidade de vida, ou seja, promover a maior percepção ambiental entendendo os aspectos que envolvem o cotidiano dos variados usuários (MOREIRA (2008) apud BASTANI (2012). Conseqüentemente, o Designer de Ambientes articular e estudar os problemas do ambiente construído através da sua compreensão e tradução das necessidades dos indivíduos e segmentos sócias. Indicando soluções viáveis e criativas para os problemas expostos (UFG, 2015).

O Designer de Ambientes é o profissional habilitado a trabalhar diretamente com o esforço criativo destinado a solucionar racionalmente o arranjo e a ambiência de um espaço preocupando-se com a inovação e a adequação do mesmo às características socioeconômicas e culturais dos usuários (BARBOSA et al, 2010, p. 56).

Barbosa, Maciel e Moreira (2014) acreditam que as habilidades e competências específicas da atuação do Designer de Ambientes são:

- 1) Habilitação criativa na proposição de soluções inovadoras por meio das técnicas de criação;
- 2) Domínio da linguagem, compreendidas pelos instrumentos, técnicas e expressão na comunicação de ideias, por meio de diversificadas mídias – escrita, fala e visual – e pelos diferentes recursos – manuais ou computacionais;
- 3) Habilidade de diálogo com diversas áreas do conhecimento, o que compõem o movimento interdisciplinar, na participação nas equipes multidisciplinares no desenvolvimento de pesquisas e projeto;
- 4) A capacidade de articulação dos elementos da cultura humana e material a partir de propostas inovadoras através da capacidade crítica no gerenciamento de processos de design, por meio da visão holística compreendida também como visão sistêmica;

- 5) A partir do conhecimento da metodologia projetual nas etapas de desenvolvimento do projeto;
- 6) Por meio da atitude empreendedora, referindo-se a compreensão da linguagem de gestão e da competência de descobrir oportunidades de negócio em sua área de atuação;
- 7) Por meio da percepção atenta capaz de decodificar informações relevantes;
- 8) Pelo repertório vasto de conhecimento, que podem ser encontrados por meio da pesquisa, erudição e principalmente a cultura, para que o profissional tenha capacidade de sustentar ou questionar suas ações;
- 9) E por último, pela visão espacial, que contribui para o entendimento da capacidade de pensar em três dimensões.

Bastani (2013) relata que o Designer de Ambientes é um profissional que busca soluções inovadoras que quando pensadas estrategicamente podem gerar impactos positivos ao meio ambiente, na percepção de qualidade de vida para as pessoas. Portanto, deve-se considerar além das questões técnicas em que incluem conceito, funcionalidade, estética e conforto ambiental a comunidade relacionada ao projeto e seus valores na mesma intensidade.

Barbosa et al (2010) diz que ainda é pouco explorada a atuação do Designer de Ambientes no caso de projetos e gestão de eventos, o que pode-se chamar de Gestão do Design⁷, tal como, “festas, exposições, mostras, feiras, shows, jogos e festivais”, a autora ressalta que a diferença desse tipo de trabalho dos demais trabalhos da área está na efemeridade do produto final, isto é, projetos de curta duração. A articulista relembra que erroneamente pensa-se que a atuação do profissional em Design de Ambientes, restringe, em casos de eventos, em questões relacionadas a decoração, isso é, especificações de arranjos ornamentais, painéis de destaque, cor de toalhas, entre outras intervenções relacionadas a estética do local. Porém a abordagem do profissional vai além a essas questões, sua atividade busca soluções mais afrente das estéticas, como exemplo, a busca de problemas relacionados a funcionalidade, ergonomia, viabilidade e outros.

Marçal et al (2013) menciona que a Gestão do Design só é possível devido ao *know-how*⁸ criativo do profissional da área, pois é um conhecedor na solução de problemas e no pensamento estratégico ao qual está incorporado a todas as áreas dentro da organização. O

⁷ Mecanismo que tem como objetivo a integração das áreas dentro de uma empresa, no desenvolvimento de um serviço, entre outros, como proposta de sincronizar as atividades produtivas em que facilitem aos seus colaboradores compreender as estratégias e realização das atividades com precisão aos objetivos (MARÇAL et al, 2013).

⁸ Conhecimento de normas, métodos e procedimentos em atividade profissionais.

que podemos nomear como visão sistêmica⁹ do processo, isso possibilita uma orientação adequada e inovadora o que acarreta como um diferencial competitivo mais eficiente ao alterar a postura mercadológica e passa a desenvolver o design como estratégica além da operacional.

Portanto, Design de Ambientes não é somente uma atividade multidisciplinar e sim uma atividade criativa de caráter interdisciplinar, onde o profissional da área, se dedica ao planejamento da ocupação e uso dos ambientes habitados, sendo eles, internos ou externos. Sua área de trabalho está compreendida nos eixos residenciais, empresariais, institucionais, industriais ou efêmeros, arquitetônicos ou não arquitetônicos, sendo o usuário o foco de projeto e levando em consideração os aspectos funcionais, simbólicos, estéticos no contexto sócio-econômico-cultural no qual age, onde pretende-se ter como resultado ambientes confortáveis, eficientes, característicos e funcionais a partir das demandas coletadas, fornecendo o bem-estar e a qualidade de vida aos seus usuários a partir da organização, concepção e definição dos artefatos.

2.3.2 Design de Ambientes em espaços efêmeros: definições sobre tipologia visual (visual merchandising / vitrinismo)

Barbora et al (2010) diz que o profissional de Design de Ambientes não se limita a prática projetual e também atua com a gestão de projetos, ou seja, está apto para administrar. Essa é uma necessidade do profissional ao trabalhar no mercado de eventos, em espaços efêmeros como exemplo.

Efêmero é um termo definido pelo dicionário Michaelis On Line (2016) como aquilo que “dura um só dia”, algo “passageiro, transitório. Os espaços ou ambientes efêmeros são aqueles de rápido acontecimento, curta duração, que são planejados para serem construídos, montados, compostos, organizados, produzidos e desmontados de modo prático, eficiente e rápido. Como exemplo, é o que acontece em uma feira de artesanato que ocupa a praça ou as ruas de uma cidade, geralmente suas barracas são montadas, colocadas em áreas livres, priorizando a circulação das pessoas no ambiente e ao término do dia de feira, são desmontadas e armazenadas em algum lugar. Outro exemplo, são os eventos que acontecem em espaços de convenções em algumas cidades, é necessário todo um planejamento, setorização, sinalização e normas de segurança e acessibilidade entre outras, para isso é

⁹ Conjunto que abrange toda a cadeia produtiva, de seu criador ao usuário final, no qual, compreende todos os agentes que possam afetar a produção do objeto (COELHO, p.87, 2008).

necessário de um projeto e da realização de sua gestão. E é esse também o caso de trabalhos na área de visual merchandising nas vitrinas e zonas das lojas, em que são definidos e planejados de acordo com o plano de marketing de cada empresa.

Foi durante o século XIX que surgem as vitrinas, que começam a utilizar da tipologia visual em lojas para exposição dos artefatos como citado por Regamey (2013, p. 19) “na segunda metade do século XIX, as vitrinas animam os centros urbanos e oferecem o espetáculo gratuito aos *flâneurs*¹⁰. [...] *léche-vitrines* se torna uma das distrações favoritas do ser urbano. [...]”.

Para Couto et al (2012) o visual merchandising é uma técnica que possibilita a ambientação de espaços como meio de motivação e indução para que os clientes realizem a compra, onde utiliza-se a criação de um ambiente cenográfico para tal proeza a partir das experimentações coerentes aos valores da marca e as mensagens a serem transmitidas no recinto. Portanto, busca utilizar de estratégias para captar novos clientes, diferenciá-los da concorrência e, por conseguinte aumentar o lucro.

Couto et al (2012) ainda relata sobre a importância interdisciplinar do Design ao trabalhar com o visual merchandising, pois designers com diferentes formações trabalham em conjunto objetivando a construção não apenas do olhar humano, mas no despertar das emoções por meio dos sentidos, o que pode contribuir efetivamente nas ações decisivas dos clientes no processo de compra e na fidelização e/ ou captação de novos clientes. Para isso, é importante transmitir ao consumidor por meio da atmosfera do ambiente, possibilidades criativas e coerentes em suas mensagens, de modo a comunicar claramente os valores e a identidade dos lugares. Essa proposição pode ser realizada por meio da utilização de cores, texturas, formas e iluminação, como exemplo.

O Designer de vitrina deve estar pronto a criar soluções variadas de vendas a todo segmento da loja. Não deve ser um arrumador de loja, mas sim um criador de ideias e conceitos capaz de induzir vendas. Deve estar sempre bem informado sobre a tendência da moda, conhecer e saber usar os materiais que possam ser explorados na montagem dos cenários (sempre em mutação), buscando a melhor solução custo-benefício para o ponto de venda. Sobretudo ter muita criatividade (COUTO; ZAMPIROLI, p. 2, 2007).

A utilização do visual merchandising segundo Regamey (2013, p. 31) permite “[...] efeitos de sentido e cenas de ilusão que redesenham o espaço público do comércio, decorando

¹⁰ Pessoas que perambulam pelas ruas das cidades sem ter o que fazer, que possuem tempo para exercer tal atividade, apreciando e observando a paisagem.

e tornando atrativo esse espaço. Por meio de mecanismos de criação e de uso de materiais, [...] o visual merchandising transforma a realidade em sonhos momentâneos [...]”.

O visual merchandising é algo bem mais complexo do que é de se esperar, teve sua evolução de modo abrangente e reunindo muitas das profissões que antes eram autônomas e atualmente fazem parte de universos compostos por profissionais do vitrinismo, Design de Interiores e Ambientes, do merchandising, da arquitetura, do comércio, da psicologia, da sociologia entre outros. É uma exploração mais do que comercial, é uma tendência que engloba diversas áreas em suas diversas variações (ALVES, 2015).

Faz parte das montagens a dimensão narrativa daquilo que se apresenta nas vitrinas. Histórias são contadas na apresentação dos produtos – mesmo que in absentia – e histórias são apreendidas a partir do processo de montagem. Efeitos diversos podem ser obtidos, causando determinadas sensações no espectador, a exemplo de vertigem dos efeitos de ilusão que, junto com a decoração, tornam-se mecanismos de acionamento de sonhos que transfiguram o real... Não é só ver a caixa-vitrina! É preciso que ela traga uma realidade modificada, em que a turbulência, o desfocado e o habitual devem ser alterados para dar sentidos e fazer sentir! (REGAMEY, 2013, p. 31).

Para Couto e Zampirolli (2007) para contar as histórias na apresentação dos produtos deve-se utilizar recursos que venham dar destaque aos artefatos por meio de:

- Equipamentos, expositores, manequins, cores, efeitos de iluminação cênicas e temas, ferramentas que possibilitem a exploração da linguagem visual para atrair a atenção e o desejo do consumidor em adquirir tal produtos;
- Por meio do planejamento e interior do ambiente, tais como, comunicação visual, design, informática, elementos que possam sinalizar a atmosfera presente no estabelecimento;
- A partir da utilização de tendências através do estudo de comportamento da sociedade e suas influências;
- E por último pela relação sócio/consumo, isso é, o acompanhamento ocioso nas compras, como modo de fazê-lo permanecer no ambiente e o despertar de compra.

A proposta do visual merchandising é de criar uma imagem positiva na mente do consumidor para que se tenha como resultado o sucesso das vendas. Sua responsabilidade não é somente comunicar a imagem dos artefatos comercializados e também a de reforçar os investimentos publicitários por meio da criação atrativa e da incitação do desejo do cliente.

Seu trabalho se dá tanto em ambientes internos e externos, como exemplo as fachadas, o exterior deve ser coordenado junto com o interior dos ambientes (ALVES, 2015).

Para realizar uma proposta coerente com as necessidades e disposições necessárias em cada ambiente é primordial seguir uma série de princípios estéticos, visuais, estimulantes, de percepção e forma com intuito de comunicar e dar visibilidade aos artefatos.

Regamey (2013) diz que criar uma tipologia consiste na busca de definir e encontrar classificações que contribuem para análises e estudos dessas realidades complexas.

As tipologias são um simulacro, um modelo hipotético de fatos que podem ser esquematizados, levando em consideração as possibilidades de desvios também. [...] de um lado, são fixas, mas de outro, trabalham também com os desvios, sendo, portanto, variáveis, a exemplo do que se denomina 'gênero textuais', nos estudos de produção textual. [...] (REGAMEY, p. 73, 2013).

Alves (2015, p. 87) cita que para que um estabelecimento comercial tenha suas metas de vendas atingidas é necessário considerar os seguintes fatores:

- Instalações convidativas;
- Localização;
- Eficácia de serviço;
- Preço;
- Qualidade e variedade de produtos;
- Clientela fixa;
- Exposição do produto.

Couto e Zampirolli (2007) alega que um bom planejamento de uma vitrina, isso é, uma boa execução da proposta de visual merchandising, permite ao cliente captar a imagem da loja no qual melhor se identifica com seu perfil, o que resulta na decisão do consumidor a conhecer melhor o produto de seu interesse.

Desse modo o visual merchandising torna-se o emprego da utilização da tipologia visual na exposição de artefatos comercializados nas cidades, geralmente é possível ver esse tipo de trabalho nas vitrines das lojas, em exposições, em stands de divulgação de empresas, em grandes feiras de acabamentos, artesanato e automóveis como exemplo. O projeto e processo desenvolvido nessa área é realizado para ser utilizado por uma curta duração.

Porém vale a pena trazer algumas observações importantes ao desenvolver um trabalho de visual merchandising e/ou vitrinismo expressados por Bo Bardi (2009) que

menciona que as vitrinas são “o espelho imediato, a denúncia rápida da personalidade humana duma cidade, e não somente da personalidade, como do caráter profundo” (BO BARDI, p. 75, 2009). Isso é, o meio em que é utilizado para se vender um produto, algo que está apegado ao dinheiro sob uma aparência decorativa e indiferente que esconde a ideia do lucro a qualquer custo.

Essa crítica de Bo Bardi (2009) vem questionar a falta de ligação entre os produtos expostos e a falta de unidade de como é apresentado de modo a induzir a compra a todo custo, desmerecendo o trabalho que foi desenvolvido. Entretanto, fica claro a necessidade de ao utilizar o vitrinismo e/ou visual merchandising a interlocução entre o ambiente e o artefato apresentado.

As vitrinas da cidade podem destruir anos de trabalho feito no sentido de corrigir e dirigir o gosto. Dissemos de propósito pequeno-burguês, burguês e *nouveau riche*¹¹ (poderemos acrescentar quase sempre também a pequena elite), porque as vitrinas populares são excluídas, porque, como na arte, o gosto, não contaminado pelos falsos intelectualismos, do povo, não erra. As vitrinas dos bairros realmente populares, os mercados, as feiras, são inspirados, portanto pelos movimentos espontâneos e alheios a qualquer rotina *esnóbística* da ‘arte’ (na acepção mais corrente, atribuída a esta palavra desde o fim do século XIX) e ajudam a criar uma atmosfera pura, aquela atmosfera obtida nas classes ‘cultas’ somente através duma disciplina duríssima e duma seleção severa” (BO BARDO, p. 78, 2009).

Com isso, percebe-se que a aplicação do visual merchandising e/ou vitrinismo em uma feira de artesanato se dá por meio das definições de tipologia visual, de como expor os produtos, de ter uma boa localização e um fluxo de circulação de pessoas e das instalações convidativas no ambiente respeitando o contexto social, cultural e econômico. Portanto, para compreender o ambiente onde é exposto cada um desses artefatos torna-se necessário em primeiro momento visualizar a rede em que cada artefato está inserido para conseqüentemente analisar os seus movimentos realizados e os demais atores envolvidos na rede.

2.4 Design, artefato, artesanato, economia solidária e design colaborativo

O artesanato está presente no cotidiano do homem desde os povos primitivos, isso se deve a necessidade do indivíduo de se alimentar, proteger, e se expressar. Sua produção tinha como objetivo suprir à demanda local e isso possibilitou o começo de uma relação de troca de

¹¹ Novo rico.

mercadorias que movimentavam e estimulavam a economia, e a partir de então, é possível perceber o desenvolvimento de habilidade técnicas e criativas, o que dá origem a formação de grupos produtivos (FREITAS, 2011).

Para Borges (2011), o artesanato é um dos meios de maior importância para representar a identidade de uma população, através dela, temos a representação não só de técnicas e matérias, mas também dos valores coletivos que são fortemente representados. Lembrando que o artesanato é uma atividade cultural de maior ocorrência nas cidades brasileiras, uma pesquisa realizada em 2006 pelo IBGE¹², revelam as porcentagens das maiores atividades culturais existentes nos municípios, sendo elas dispostas por ordem de ocorrências – 57,7% exposições de artesanato, 55,6% feiras de artesanato, 49,2% festivais de manifestação tradicional popular, 38,7% festivais de música, 35,5% festivais de dança, 34,8% concursos de dança e 31,9% concurso de música, essa pesquisa foi realizada em 5.564 municípios.

Foi sem dúvida o artesanato uma grande contribuição para o desenvolvimento da manufatura. E foi sem dúvida a manufatura que contribuiu para a marginalização do artesanato diante do processo de modernização da produção das sociedades pré-capitalistas. O sistema produtivo cada vez mais se caracterizava pelas ações de continuidade ou de repetição. A consequência para o artesanato com o estabelecimento da manufatura foi, principalmente, a decomposição dos ofícios em operações parciais gerando, dessa forma, a divisão do trabalho. O parcelamento de tarefas promovia o aumento da produtividade do trabalho, decorrendo em produtos com os custos de produção cada vez mais baixos (FREITAS, 2011, p.36)

O Conselho Mundial do Artesanato, define artesanato como – “[...] toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade” (MASCÊNE, 2010).

Bo Bardi (2009) menciona que existe uma certa confusão entre artesanato, artesão e artista popular e questiona o que é artesanato? “A expressão de um tempo e de uma sociedade, um trabalhador que possui um capital mesmo modesto, que lhe permite trabalhar a matéria-prima e vender o produto acabado, com lucro material e satisfação espiritual, sendo o objeto projetado e executado por ele mesmo”? (BO BARDI, p. 107, 2009).

Em seguida é questionado por Bo Bardi (2009) o que é artesão? A autora indaga que é um “[...] executor, um especialista sem capital que empresta o próprio serviço a quem a ele

¹² Dados mais recente e confiáveis sobre pesquisas relacionadas ao artesanato brasileiro.

fornece matéria-prima, seja dono ou cliente, e recebe um salário em troca do próprio trabalho de execução. É assim o chamado o proletário”. (BO BARDI, p. 108, 2009).

E por último o que é arte popular? “É a arte com A maiúsculo.

A partir das observações feitas por Lina Bo Bardi é possível perceber que nem sempre devemos “dar rótulos” para algumas definições, pois muitas vezes elas podem ser confundir ou estão ligadas entre si. “[...] desse modo tira-se do artesão a razão mesma de sua existência, quer dizer, a satisfação de poder criar o objeto artisticamente e ser materialmente o proprietário desse objeto e, em seguida, o seu vendedor”. (BO BARDI, p. 108, 2009)

Sabe-se que o Design é conhecido pelos seus estudos que dão origens ao artefato, isso ocorre por meio de seus estágios projetuais e processuais para tal construção a partir de etapas metodológicas que são seguidas até chegarem na solução projetual. Porém, o que não é acompanhado é o momento em que o artefato sai dos escritórios, isto é, o projeto passa a ser um produto, serviço ou metodologia e passa a ser algo tangível. Desse modo percebe-se a falta de estudos que acompanhe a estabilidade desse artefato, quando ele se torna socialmente estável e desempenha seus devidos papéis (MEYER, 2013).

Latour (p.5 2008) refere que “[...] o Design tem se expandido continuamente, ganhando cada vez mais importância para o cerne da produção. [...] o Design se estendeu dos detalhes de objetos cotidianos para cidades, paisagens, nações, culturas, corpos, genes [...]”.

A partir disso pode se entender que a Teoria Ator-Rede proporciona um “ piso teórico-metodológico para tratar os movimentos que os artefatos realizam antes de se estabilizarem socialmente (MEYER, 2013).

Artefatos são compreendidos como “objetos produzidos pelo trabalho humano”, é uma categoria ampla, que abrange sem diferenciação objetos tecnológicos e artísticos, industriais e artesanais, independentemente de sua função, utilidade ou valor simbólico (COELHO, 2008). Cardoso (2012) diz que as formas dos artefatos não têm uma definição fixa, porém são expressivas por um processo de significação, quer dizer, a troca de algo que se envolve com sua materialidade e aquilo que se vem por nossas experiências (CARDOSO, 2012).

O termo Design segundo Latour (2008) parece bem relevante quando é feito uma análise de algum artefato, pois, lidamos com significados, sendo eles, comerciais, simbólicos ou de outra disposição. “[...] O Design se oferece à interpretação; ele é feito para ser interpretado na linguagem dos signos. [...]. Mas à medida que o Design se infiltra em mais e mais níveis dos objetos, ele traz consigo um novo tipo de atenção aos significados. [...]” (LATOURE, 2008, p. 6). Conceber artefatos em Design tem como significado concebê-los

menos como objetos modernista e gradativamente como coisas, isso é, sem determinação temporal.

Latour (2008, p. 20) diz que o Design deveria ter como seu papel nos dias “agrupar por meio do desenho, de simular, de materializar, de aproximar, de modelar o que é uma coisa em toda a sua complexidade. [...] o espaço no qual esses objetos parecem se mover tão facilmente é o mais utópico (ou melhor, atópico) dos espaços. [...]”. Sua reflexão é embasada na ideia de que o Design deveria elaborar um esboço para o futuro, trabalhar com questões que relacionem representações artísticas, científicas e políticas.

2.4.1 Economia Solidária

A Economia solidária é manifestada desde a década de 80, sendo um campo recente de discussão e apresenta uma crescente propagação no início do século XXI. Ela é uma forma de compreensão dos fenômenos que a organização econômica pode apresentar como um elemento de discussão dos processos de desenvolvimento local e regional (BASSO et al, p. 328, 2010). Já Singer (2002) diz que a economia solidária nasce pouco após o capitalismo industrial como forma de reação dos artesãos que foram empobrecendo devido a difusão das máquinas e a organização fabril.

É um movimento que surge da sociedade civil por meio de grupos formados por sujeitos diversos como uma forma alternativa de geração de renda e trabalho para a classe trabalhadora e principalmente em suas relações econômicas, políticas e sociais possuindo como pauta a sustentabilidade social, econômica, política e cultural. Tem como características responder a crise do trabalho bem como o posicionamento dos trabalhadores da sociedade civil em respostas ao que se caracteriza como acumulação de capital em um único indivíduo (PEDRINI; OLIVEIRA, 2007).

A economia solidária compreende diferentes tipos de ‘empresas’, associações voluntárias com o fim de proporcionar a seus associados benefícios econômicos. Estas empresas surgem como reações a carências que o sistema dominante se nega a resolver (SINGER, p. 105, 2001).

A Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho do Governo Federal Brasileiro - SENAES (2017) define Economia Solidária como um modo excepcional de produção, venda, compra e troca para se viver, pois tem-se como proposta ter os próprios trabalhadores como dono do seu negócio, diferente da economia convencional onde o empreendimento tem seus donos e trabalhadores. Na Economia Solidária são os trabalhadores os responsáveis por tomar decisões, dividir o trabalho e repartir os resultados.

Basso et al (2010) ressalva que o desenvolvimento no campo da economia solidária é discutido por meio de questões presentes em ações de diversos atores sociais, em que, as práticas empreendedoras despertam interesses nos mais diversos setores em especial o acadêmico e os dos setores governamentais, pois apresentam possibilidades de representar corretamente o que se pode mencionar como um novo processo de desenvolvimento.

São iniciativas presentes fortemente em contexto locais em que recebem influências históricas, culturais, econômicas e sociais, possibilitando maior envolvimento dos trabalhadores com as dinâmicas locais por meio dos espaços de debate público, da decisão e organização social. Tais fundamentos, são fundados na perspectiva da construção democrática, participativa e nos processos de politização constituídas nesse meio (PEDRINI; OLIVEIRA, 2007).

São milhares de iniciativas econômicas, no campo e na cidade, em que os trabalhadores estão organizados coletivamente: associações e grupos de produtores; cooperativas de agricultura familiar; cooperativas de coleta e reciclagem; empresas recuperadas assumidas pelos trabalhadores; redes de produção, comercialização e consumo; bancos comunitários; cooperativas de crédito; clubes de trocas; entre outras (SENAES, 2017).

Para Singer (2008) a economia solidária é um modo produção caracterizado pela igualdade nos direitos, meios de produção e posse coletiva dos que trabalham com isso. É um processo de autogestão, isso é, os empreendimentos da Economia Solidária são geridos pelos próprios trabalhadores coletivamente, de modo democrático, onde cada membro, cada sócio do empreendimento tem direito a um voto. E ainda completa que quando é um negócio pequeno não há distinção de funções dentro da organização, mas quando são maiores torna-se necessário definir as ocupações, pois há necessidade de separá-las como exemplo, presidente, tesoureiro etc.

Percebe-se que o processo de discussão dentro das ações da Economia Solidária perpassa fortemente pela autogestão o que o caracteriza como trabalho coletivo, não apenas nas tomadas de decisões, porém, principalmente no fortalecimento do sentido de pertencimento de cada trabalhador no empreendimento solidário por meio da transparência, comunicação e corresponsabilidade de cada indivíduo ali presente (PEDRINI; OLIVEIRA, 2007).

É importante mencionar que a diferença entre a Economia Solidária e a Economia Convencional está fortemente relacionada aos processos de autogestão e gestão

participativa/colaborativa, pois, na convencional temos com ponto principal a competição e na solidária a solidariedade.

“Para a economia solidária, em que a competição não é regra preferencial, a conglomeração é comparativamente mais fácil, porque a solidariedade torna a associação e a colaboração entre empresas natural” (SINGER, p. 105, 2001).

Para Singer (2001) a prática da solidariedade consiste na generosidade que busque não engajar o sacrifício de cada indivíduo a ser medido pelas futuras compensações, como exemplo abrir mão de lazer ou de dinheiro, isso é, todas as realizações nessa empreitada acontecem de modo coletivo, cobrindo as deficiências de companheiros e assim por diante.

Para se fazer Economia Solidária torna-se necessário segundo a SENAES (2017) os seguintes princípios:

- Cooperação: trabalho de forma colaborativa em que se tem os mesmos interesses e objetivos, firmado por meio da união, do esforço promovendo o a propriedade coletiva e partilha de resultados;
- Autogestão: decisões são tomadas de forma coletivo o que privilegia as decisões do grupo ao invés de concentrá-las em somente um indivíduo;
- Ação Econômica: formada por iniciativas por meio da motivação econômica, como: produção, comercialização, prestação de serviços, trocas, crédito e consumo;
- Solidariedade: tem-se a preocupação com o próximo por meio da distribuição justa dos resultados alcançados, pelo bem-estar com os envolvidos, com as relações entre a comunidade, a atuação em movimentos sociais e populares, possuindo como objetivo a busca de um meio ambiente saudável e o desenvolvimento sustentável.

Pedrini e Oliveira (2007) comentam que a perspectiva da Economia Solidária permite aos trabalhadores enfrentarem a lógica de produção capitalista, de exploração e exclusão, por meio de seu modo de organização em que não se visualiza separação entre apropriação dos meios de produção e trabalho, entretanto, quando se tem conhecimento de todo o processo de produção e trabalho isso possibilitará usufruir dos resultados alcançados. Isso é, pelo meio da organização justa, democrática e participativa.

Portanto, é possível inferir que devemos compreender a Economia Solidária como um processo aberto em que a sociedade é o protagonista nessa evolução da sociedade, pois, essa é uma possibilidade de reagir em situações de crise; de influir nos processos locais de desenvolvimento; fatores mais favoráveis na distribuição da riqueza econômica da sociedade;

por possibilitar condições mais justas e solidárias nas condições de trabalho e em questões ambientais (BASSO, 2010).

2.4.2 Design colaborativo

A colaboração no Design pode ser compreendida com a prática de desenvolvimento de sistemas de informação que parte da ideia de coletar, analisar, projetar algo a partir da participação de usuários, funcionários, clientes, desenvolvedores e demais interessados no processo, isso é, o envolvimento de várias pessoas na equipe de desenvolvimento, a participação (CAMARGO, FAZANI, 2014).

Ressaltando que não se deve confundir colaboração com participação, o primeiro tem como interesse o desenvolvimento do trabalho de modo colaborativo, onde todos os atores participam do processo com um todo, isso é, de seu início até o término, já o segundo propõem a participação desses atores em alguma etapa do processo, sejam elas na busca de dados para o projeto, no processo criativo de desenvolvimento ou na escolha.

O termo Design Participativo ao longo tempo evolui-se para Design Colaborativo. Porém aqui optou-se por entender o Design Participativo com ferramenta que não é totalmente aberta aos usuários; o Design Colaborativo como uma ação onde todos os envolvidos possuem a mesma liberdade no entendimento, estruturação e execução do processo. O Design Colaborativo também é abordado pela nomenclatura de Co-design ou Codesign [...] definimos Codesign como os processos colaborativos de design que tem como característica fundamental a interação projetual entre organizações e atores externos (HANAUER, p. 14, 2013).

De tal via em Design, a colaboração pode ser entendida como “o ato ou o efeito produtivo ou criativo exercido em um grupo solidário de pessoas comprometidas”. Vê-se, então, que a mesmo significado é válido para cooperação, compartilhamento, interação e trabalho em conjunto. (HEEMANN; LIMA; CORRÊA, 2014). Portanto, pode se definir a colaboração em design como:

Um esforço recíproco entre pessoas de iguais ou diferentes áreas de conhecimento, separadas fisicamente ou não, com um objetivo de encontrar soluções que satisfaçam a todo os interessados. Isso pode acontecer compartilhando informações e responsabilidades, organizando tarefas e recursos, administrando múltiplas perspectivas e criando um entendimento compartilhado em um processo de design. A colaboração visa produzir um produto e/ou serviço consistente e completo através de uma grande variedade de fontes de informação com certo grau de coordenação das várias atividades implementadas. Esse processo dependente da relação entre os

atores envolvidos, da confiança entre eles e da dedicação de cada parte (FONTANA et al, 2012, p. 5).

De modo que a perspectiva promove o conhecimento das “necessidades, preferências, desejos, crenças, origem, valores ideológicos e éticos dos utilizadores”, onde, os Designers são orientados a realizar uma pesquisa baseada na experiência e apresentar soluções derivadas de um diálogo bidirecional continua com aqueles que utilizarão o projeto (ÁGUAS, 2009).

No entanto o conceito de colaboração chega como um conhecimento de adaptação que basicamente consiste e um trabalho conjunto entre pessoas que possuem um objetivo comum. No processo de Design atual a colaboração entra um fator de grande influência no resultado final do processo (FONTANA et al, 2012).

3. METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

A utilização epistemológica do trabalho se dá a partir da Teoria Ator-Rede (ANT), pois, Latour (2012, p. 44) contextualiza que a ANT possibilita “[...] deixar os próprios atores o leque inteiro de controvérsias nas quais se meteram. [...]”, pois os estudiosos da ANT se “arrastam como uma formiga” para compreender até o “mais insignificante dos vínculos” (LATOUR, 2012, p. 47). Portanto, a ANT é por meio de seus traços investigativos e sua proposta de construção narrativa por meio da busca de ilimitados detalhes na rede, se constitui como um caminho metodológico dentro da pesquisa.

A Cartografia de Controvérsias (CC) permite por meio dos dispositivos de observar e descrever do debate social e de colocar em prática a metodologia social disponibilizada pela ANT, isso é, mapear a partir das controvérsias (VENTURINI, 2009, p. 2). A proposta da CC é ter como foco os debates públicos (definidos superficialmente pela discordância dos atores envolvidos). Segundo Venturini (2012) tal meio constitui o melhor argumento para visualizar melhor os cenários para construção da vida social, pois nas controvérsias é possível perceber as amarras e desvinculações das relações estabelecidas pelos atores, o qual permite a partir da discussão das categorias e identidades verificar o “tecido de sua existência”, isso é feito por meio dos diversos pontos de vistas existentes em suas multiplicidades. Para isso é necessário que os estudiosos estejam submersos nas complexidades da trama social, uma vez que, cada parte revela sua ressalva e a soma desse conjunto revela algo maior que o conjunto.

Para alcançar os objetivos do trabalho foi necessário propor uma interação, por meio de uma oficina, que consistiu em trabalhar a composição e compreensão dos ambientes utilizados na Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra (AAT). Para isso são utilizados os princípios de Design de Ambientes, com a definição de: cor, forma, escala, proporção, equilíbrio, ritmo, ênfase, unidade e variedade, linha, volume, textura, luz, cheiro, som. O que é definido por Moreira (2010) como uma ferramenta prática e criativa como exemplo o “Quadro de Diretrizes Projetuais” (Anexo B), método esse que auxilia ao processo de design. Vale lembrar que essa proposta é consequência de pesquisas e experimentos desenvolvidos durante cinco anos na disciplina de Prática Projetual na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Baseado nas discussões epistemológicas e empíricas da ANT e da CC para alcançar os objetivos da pesquisa foram necessários realizar os seguintes procedimentos:

1. Pesquisa Bibliográfica

Levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas em meio escritos e eletrônicos como: livros e artigos científicos. Apresentada no trabalho por meio do referencial teórico, que busca apresentar conceitos e discussões abordados na pesquisa.

2. Trabalho de campo

Consiste na observação e coletas de dados de modo empírico a partir dos seguintes procedimentos:

- a) Pesquisa de campo: aproximadamente 28 visitas foram realizadas ao local da feira de artesanato da AAT e em algumas reuniões da associação com intuito de compreender seu funcionamento e seus ambientes utilizados e foi desenvolvida uma oficina efetivada em 4 encontros;
- b) Caderno de campo: instrumento de anotações, comentários e reflexões sobre o trabalho de campo como intuito na realização da descrição, análise e interpretação dos ambientes utilizados pela AAT;
- c) Entrevistas: foram realizados por meio de questionários não estruturados, semiestruturados e estruturados. O primeiro caso se deu a partir de conversas iniciais e informais durante o início da pesquisa, o segundo momento serviu como base para compreender quais os ambientes estavam inseridos na AAT e como se dá o seu uso e por último como consulta para realização da oficina. Ao todo foram realizadas 10 entrevistas não estruturadas e registradas em caderno de campo, 5 semiestruturadas por meio de um roteiro pré-estabelecido e 3 estruturadas com questões pontuais não respondidas anteriormente com 47 associados a AAT de maio de 2015 a outubro de 2016;
- d) Registro fotográfico: como meio de mostrar os detalhes dos ambientes utilizados e seu processo de montagem, desmontagem e do dia-a-dia do associado na feira de artesanato, foi utilizado como instrumento de registro um celular Samsung S5 mini, câmera semiprofissional e câmera convencional;
- e) Vídeos de depoimentos gravados com os artesãos associados como meio para facilitar a transcrição das entrevistas semiestruturadas e estruturadas, foi utilizado para isso uma câmera semiprofissional e uma câmera convencional;
- f) Gravação de áudios: durante a pesquisa de campo alguns áudios foram gravados como objetivo de não se perder os detalhes das falas dos associados, foi utilizado para isso um celular Samsung S5 mini;
- g) Croquis – esboço de desenhos relacionado a estrutura (barraca) utilizada na exposição e comercialização dos produtos desenvolvidos pelos associados da AAT.

3. Cartografia de controvérsias

A partir dos dados coletados durante o trabalho de campo e por meio da oficina realizada em 4 módulos e da construção narrativa apresentada no item 5 – análise de resultado: uma discussão entre Teoria Ator-Rede e Design de Ambientes, busca-se identificar quais as controvérsias que foram discutidas e compreender sobre a inserção do Designer de Ambientes em uma feira de artesanato. Para isso é necessário seguir a proposta expressada em Venturini (p. 2, 2010) “De fato, por mais suspeito que isso possa parecer, o mapeamento de controvérsias não implica em alguma suposição conceitual ou requer certo tipo de protocolo metodológico”.

Por conseguinte, torna-se necessário seguir alguns passos para compreender as controvérsias, sendo eles, desenvolvidos por Veiga (2016) e Lima (2016) e suas dissertações de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade, onde desenvolveram a proposta denominada de *Oligopticon-Maps*.

O *oligopticon-Maps* é uma ferramenta desenvolvida por meio da proposta da ANT e CC a partir das teorias estudadas, onde utiliza-se uma visão *oligóptica* para visualizar a trama social existente, ou seja, realizar mapas de expansão da complexidade da rede por meio das controvérsias visualizadas, dos movimentos observados e por meio de sua descrição como meio de esclarecer os objetivos da pesquisa com o máximo de detalhe possível (VEIGA, 2016).

A visão *oligóptica* permite mostrar a realidade de modo objetivo e exuberante, isso é, coloca o observador dentro do ambiente observado e possibilita ao pesquisador pouco a pouco visualizar como é construído pelos mediadores as associações e relações construídas (LIMA, 2016).

Para isso, segundo Veiga (2016) é necessário dividir o mapeamento em períodos temporais, esses períodos na presente pesquisa estão divididos em:

- Pesquisa de campo pré-oficina, o que forma a rede 1 realizada no período de maio de 2015 a julho de 2016;
- Oficina, rede 2 realizada no período de setembro e outubro de 2016;
- E análise dos resultados obtidos por meio da oficina, realizada no período de novembro e dezembro de 2016.

Após tal divisão foi necessário retrabalhar os conteúdos coletados durante a pesquisa de campo, como exemplo, caderno de campo, áudios e vídeos gravados, registros fotográficos e entrevistas. Veiga (2016) complementa que o interessante nessa etapa é compreender em que momento cada ator surge e desaparece dentro da rede formada.

A próxima etapa tem como foco organizar o atlas representativo a partir dos movimentos descritos por Venturini (2009):

- Movimentos em cristalização (MC): movimentos que estão prestes a serem estabilizados;
- Estados Magmáticos (EM): movimentos de conflitos que ainda estão abertos, ou seja, que não possuem estabilidade e nem estão prestes a se tornarem estáveis;
- Movimentos Atratores (MAT): movimentos que possuem mediações que não geram conflitos, sendo que eles, podem ou não gerar futuros conflitos.

Para construção da visualização dos movimentos do *Oligpticon-Maps*, Veiga (2016) e Lima (2016) propõem que sejam feitas algumas perguntas:

- O quê? - O que é o mapa representado, qual seu objetivo e que momento é retratado;
- Quando? - Linha temporal do mapa para posicionar o momento em que ocorre os movimentos;
- Quem? – Quais os atores envolvidos nessa relação;
- Como? – Quais as ações desses atores dentro da rede e com que se relacionam;
- Onde? – Local em que ocorre os movimentos.

A partir das respostas das perguntas acima é possível então construir o atlas de controvérsias representativo e formato de telas permitindo assim visualizar a narrativa construída e seu movimento na rede formada por atores humanos e não-humanos.

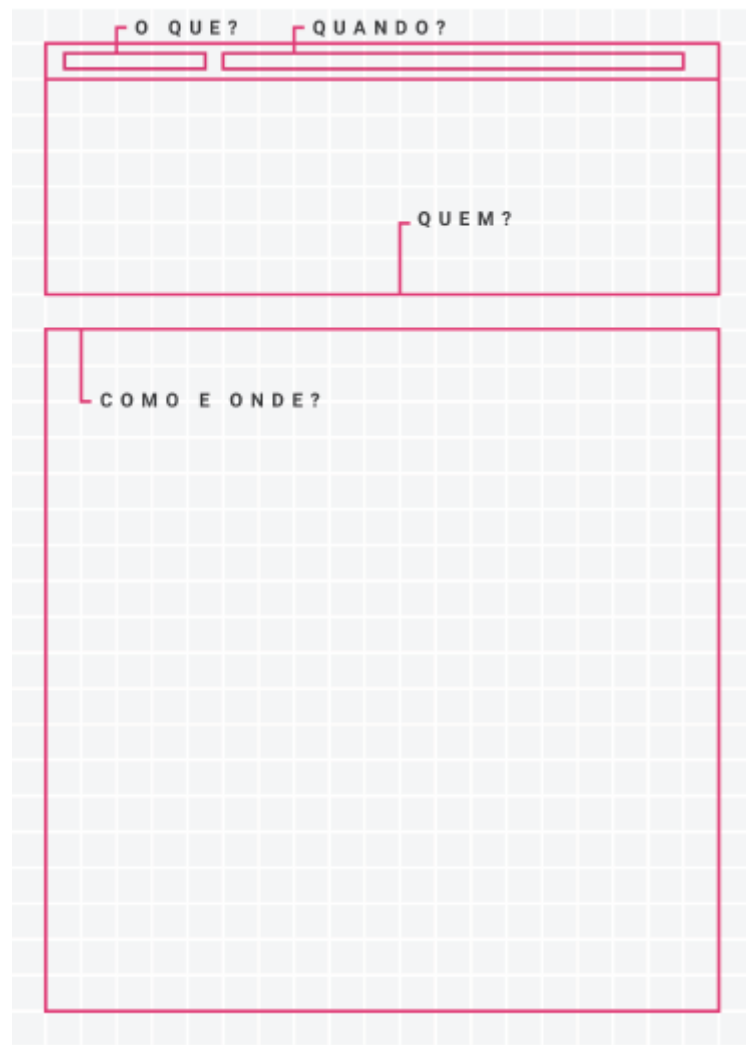
O atlas de controvérsias, *oligopticon-Maps*, permite visualizar o que cada um dos atores representa dentro da rede que é observada, quais as ações são relevantes, quais tipos de atores são os mediadores, que tipo de associações são formadas por meio dessas mediações e em que se manobra o cenário político ali contido. Tal trabalho consiste em quantificar e qualificar as relações observadas em cada momento e dar peso de acordo como os próprios atores articulam em campo (LIMA, 2016).

Para se construir o atlas de controvérsias Lima (2016) e Veiga (2016) observam que é necessário navegar pelas narrativas, quer dizer, construir por meio de recursos visuais para navegação por meio das controvérsias. “Os *oligopticons*, contudo, são mais que imagem apenas, pretendem-se como dispositivos que desenham uma interface navegável (*user-*

*friendlier*¹³) por entre as polaridades dos dados empíricos em estoque e as fronteiras epistemológicas em tensão” (LIMA, p. 88, 2015).

A estrutura de construção das telas foi composta para disponibilizar as informações e o uso de infográficos por meio do mapa – Figura 1 – *Wireframe* dos *oligopticons-maps*. O grid é modulado no tamanho 21x39 casas, em uma folha A4, em que, possibilita adequar as informações no formato sem perder a flexibilidade e dinâmica (LIMA, 2016).

Figura 1 - Wireframe – estrutura espacial para desenho de mapas.



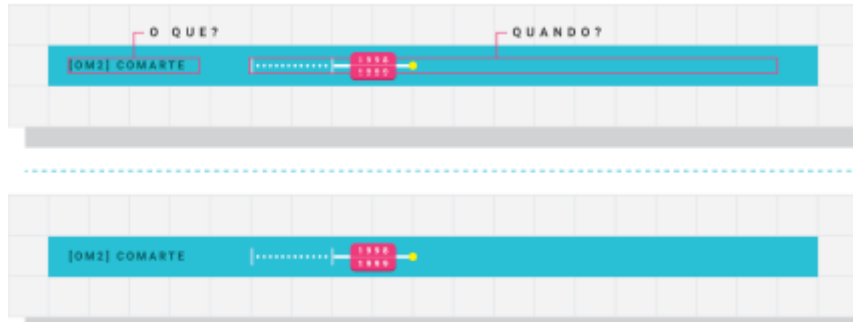
Fonte: Lima (2016) e Veiga (2016).

Cada um dos elementos dispostos no *wireframe* dos *oligopticon-Maps* segundo Lima (2016) e Veiga (2016) possuem uma função informativa da situação retratada no momento.

¹³ Possibilidade amigável para navegar nas controvérsias, como meio de facilitar ao leitor a visualização do que é apresentado.

As telas “O que?” e “Quando”, estão no topo da estrutura do mapa e demonstram o assunto e a linha temporal das controvérsias mapeadas – Figura 2.

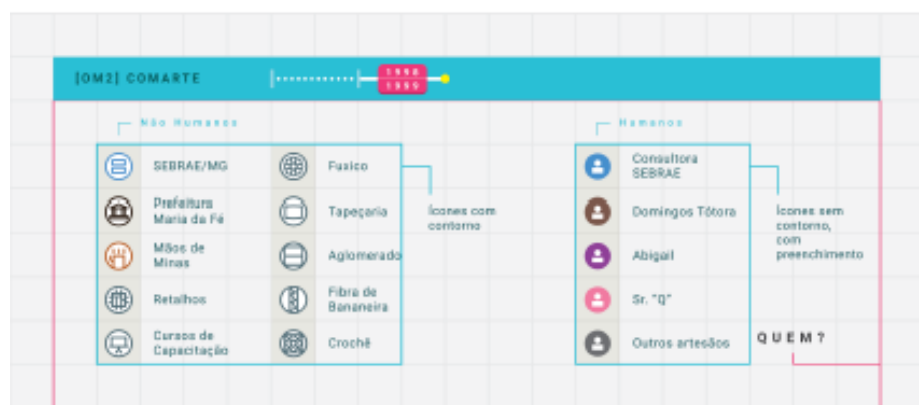
Figura 2 - Demonstração de posicionamento e estrutura das telas “O que?” e “quando?”



Fonte: Lima (2016) e Veiga (2016).

Já a tela seguinte do mapa “Quem” segundo Lima (2016) e Veiga (2016), lista os atores envolvidos naquele momento representado pelo mapa, isso é, quais atores estavam envolvidos no momento demonstrado – Figura 3. Para facilitar a compreensão nessa etapa os atores são separados em humanos e não-humanos nessa tela e simbolizado por pictogramas, os atores humanos sempre serão representados por ícones cabeça e tronco em cores diferentes e os atores não-humanos por ícones variados de acordo com a necessidade de representação.

Figura 3 - Demonstração da tela “Quem”

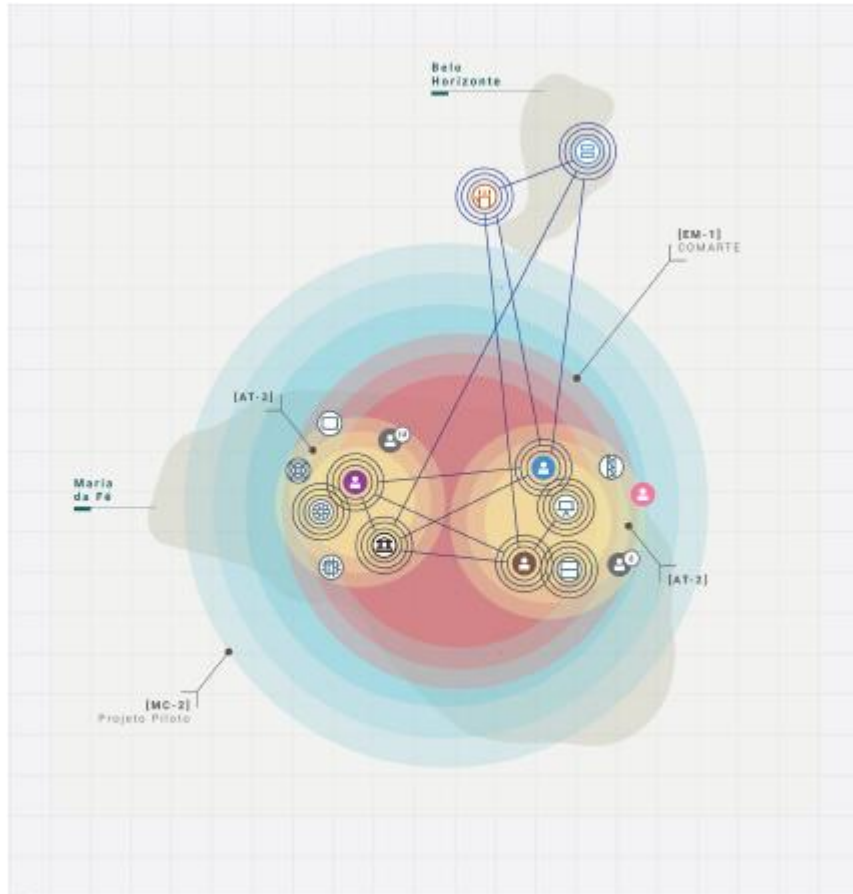


Fonte: Lima (2016) e Veiga (2016).

E por último é apresentada a tela “Como” e “Onde” que mostram que tipo de ação que os atores realizaram na rede. Veiga (2016) menciona que as linhas representam as relações e

demonstram que aquele ator é mediador, já quando não há linhas representada esse ator é um intermediário que foi atraído pela movimentação da rede – Figura 4.

Figura 4 - Modo de visualização da tela “Como e “Onde”



Fonte: Lima (2016) e Veiga (2016).

Lima (2016) ainda completa que a tela “Como” e “Onde” é formada por meio da sobreposição das telas que combinam dentro de um mesmo modo de visualização – os tipos de ação que são classificados em mediadores ou intermediários, a relevância de cada um presente na rede, sendo classificadas suas agências em: baixo, médio e alto; e a sua trajetória associativa, mostrada pelas linhas que mostram os vínculos entre si, sendo classificados em: Polos atratores (AT), Estados Magmáticos (EM) e Movimentos de cristalização (MC).

Nesse momento é possível perceber por meio das representações dispostas no mapa o nível de interações formadas por cada um dos atores no momento da rede observada. Veiga (2016) demonstra tais agências conforme a figura 5, em que, se utiliza anéis ao redor de cada mediador para mostrar os níveis de agência.

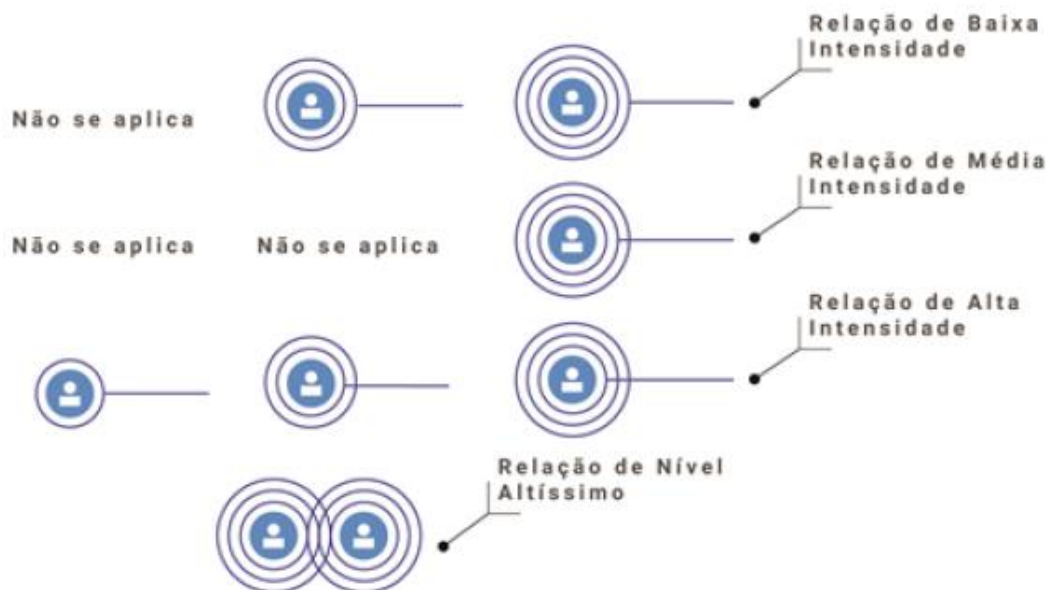
Figura 5 - Indicativos de agência demonstrado pela quantidade de anéis presente.



Fonte: Veiga (2016).

Em seguida Veiga (2016) demonstra que a intensidade da relação é representada de acordo com o nível em que o outro anel se encontra, isso é, quando mais perto mais perto do nó maior a relação de intensidade da relação ali apresentada – Figura 6.

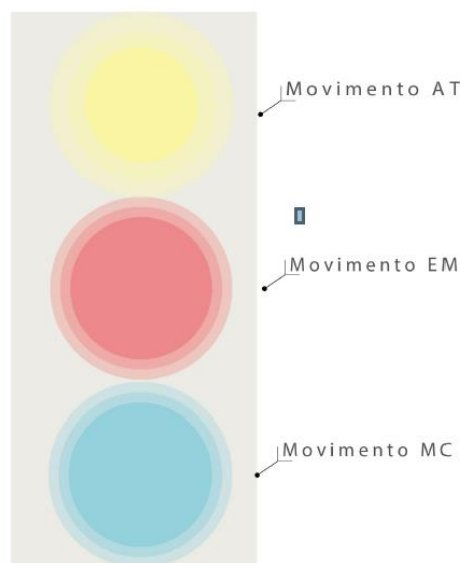
Figura 6 - Intensidade da relação de acordo com a representação da linha nos anéis de intensidade.



Fonte: Veiga (2016).

Os movimentos observados dentro do atlas de controvérsias, já citados, são representados conforme a figura 7, em que, AT (Movimentos Intermediários) na cor amarela, EM (Movimentos de controvérsias) na cor vermelha e MC (Movimentos em cristalização), na cor azul, os atores durante a construção do atlas são citados de acordo com cada movimento apresentado, onde é possível constar qual o momento passado pela controvérsias demonstrada.

Figura 7 - Os três movimentos dentro da rede



Fonte: Veiga (2016).

Como exemplo tem-se na figura 8 a explicação de como interpreta as relações dos atores envolvidos dentro do atlas, em que, observa-se que o ator humano (amarelo) possui uma relação de alta intensidade com o ator não-humano (azul), deve-se notar que já esse vínculo é de baixa intensidade para o não-humano. Quando for apresentado isso, conforme a descrição dada, deve-se listar cada relação mostrada no momento, logo se essa relação vista for simétrica e a quando não há ocorrência, não se tem a necessidade de adicionar a relação duas vezes.

Figura 8 - Possibilidade de relações diferentes entre dois atores envolvidos



Fonte: Veiga (2016).

Lima (2016) relata que o modelo experimental de cartografia social, isso é, os *oligpticons-maps* é uma tentativa de diminuir a discussão narrativa apresentada com intuito de produzir uma leitura pautada nas evidências e que possibilite uma clareza na navegação por estes circuitos sociotécnicos. Para isso foi produzido um esboço explicativo do processo que se inicia na complexidade dos atores envolvidos no momento representado pelo atlas de controvérsias – Figura 9.

Figura 9 – Processo de construção dos *Oligpticon-maps*.



Fonte: Lima (2016) e Veiga (2016).

Portanto, Veiga (2016) diz que o processo de construção do *oligpticon-maps* se inicia pela observação da complexidade em seguida por sua extensão em que se observa ator por ator, controvérsias por controvérsia e pôr fim a construção dos mapas por meio das

coordenadas cartográficas, separados por suas telas (O quê? Quando? Quem? Como? Onde?), que permitem a navegabilidade pelas redes e divulgação dos resultados.

4. Oficina

A oficina foi dividida em 4 etapas nomeadas de módulos, para isso obteve-se com auxílio as teorias da área do Design de Ambientes, Visual merchandising e Vitrinismo dos autores Gomes (2009), Malhotra (2013), Demetresco (2014), Regamey (2013), Barbosa; Maciel e Moreira (2014) e Moreira (2010).

- a) O módulo I da atividade foi elaborada a partir do desenvolvimento individual de algumas definições e a partir delas, por meio da definição coletiva de cada termo proposto para discussão (ver item 4.4.1).
- b) O módulo II da oficina consistiu em utilizar algumas definições sobre Gestalt, como linha, forma, cores etc. e suas aplicações (ver item 4.4.2).
 - Forma e contorno: tipos de linhas (horizontais, verticais, geométricas e orgânicas; tipo de formas (geométricas, orgânicas e fractais); e por meio de texturas e padronagens;
 - Cor: Escala cromática (cores primárias, secundária e terciárias); cores quentes e frias; composição esquemática de cores (monocromáticas, complementares, análogas, triangulações) e por meio da psicologia das cores.
 - Princípios do design: Equilíbrio (simétrico, assimétrico, radial e desequilibrado); ritmo (repetição, espaçamentos – regulares, irregulares); unidade (semelhança, proximidade, continuidade); variedade (diferença, distanciamento); volume (altura, largura, espessura, peso); aromas (naturais e artificiais).
- c) O módulo III da atividade fundamentou-se nas discussões da sinalização, circulação e possibilidades na criação de mobiliários e expositores para exporem os produtos, para isso tornou-se necessário apresentar sobre as definições dos termos citados e mostra alguns exemplos de sua aplicação (ver item 4.4.3).
 - Sinalização: informação, direcionamento e orientação, conjuntos de sinais e comunicação, banner para barracas, etiquetas de informação de preço e produtos.
 - Circulação: espaço necessário para circular no ambiente da feira de artesanato com e sem obstrução, ergonomia (altura de alcance e movimento de visão dos produtos).
 - Mobiliários: elementos utilizados pelos artesãos (ãs) para exporem seus produtos, mobiliários possíveis a serem desenvolvidos, possibilidade de

materiais para desenvolvimento de moveis e expositores e alguns exemplos a serem empregados.

- Estudo de caso: loja Endossa em São Paulo, onde mostrou a possibilidades de trabalhos a serem realizados em espaços pequenos.
- d) O módulo IV da oficina priorizou a aplicação das discussões anteriores possuindo como objetivo compor ambientes a partir dos produtos comercializados pelos associados (ver item 4.4.4).

Para melhor visualização da metodologia utilizada para o desenvolvimento dos módulos da oficina, consulte o apêndice F, G, H I e a tabela sobre as metodologias, procedimentos utilizados e referências consultadas – Tabela 1 abaixo:

Vale lembrar que a construção do percurso apresentado na tabela 1 baseou-se no Quadro de Diretrizes Projetuais para Design de Ambientes – Anexo B.

Tabela 1 – Metodologias e Procedimentos da Oficina

QUADRO ESQUEMÁTICO – METODOLOGIAS E PROCEDIMENTOS DA OFICINA				
Módulo	Itens	Definição	Objetivo (os)	Autor Consultado
I	Coletividade	A atividade consistiu por meio de apresentações dos participantes em que deveriam falar sobre o nome do colega, trabalho desenvolvido e o tempo de participação na associação.	Discutir sobre coletividade e participações dos associados frente as ações da AAT como meio de mostrar a falta de estratégias coletivas dentro da associação.	Autoria própria considerando como base de trabalho a pesquisa realizada em campo.
	Questionamentos	O exercício procurou discutir e definir coletivamente alguns objetivos para torná-los diante as definições presentes no estatuto e regimento da AAT.	Definir individualmente e coletivamente alguns termos dentro da AAT – Quem é a associação AAT em 2016? O que é artesanato e produtos caseiros? O que é a AAT? Espaço Público? Feira de artesanato?	Autoria própria considerando como base de trabalho a pesquisa realizada em campo.

II	Forma e contorno	Linha	Extensão de um ponto, ou seja, o somatório de vários pontos consecutivos	Apresentar os tipos de linhas, as sensações que passam e como alteram visualmente o modo como percebemos o espaço.	Malhotra, 2013; Filho, 2009.
		Forma	Figura ou imagem formada visível do conteúdo, diz a respeito sobre a natureza e aparência externa do objeto.	Contextualizar os tipos de formas existentes e demonstrar como dá a sua percepção e sensações passadas, sendo elas: geométricas, orgânicas e fractais.	Filho, 2009; Gurgel, 2007.
		Textura e Padronagens	Elementos que contribuem para a composição dos ambientes, são compostos por meio de linhas e formas que resultam em uma repetição.	Demonstrar com as texturas e padronagens afetam a percepção do usuário e possibilitam destaques específicos aos artefatos se bem utilizadas.	Gurgel, 2007; Filho, 2009.
	Cores	Escala cromática	Distribuição equidistantes das cores primárias e as somas de suas misturas que formam novas cores.	Demonstrar quais são as cores utilizadas no dia-a-dia e como se deu sua formação e separação. Ex.: cores primárias, secundárias e terciárias.	Fraser e Tom, 2012; Malhotra, 2013.
		Esquema de cores	Harmonias e sensações que são transmitidas aos olhos.	Exemplificar o uso da cor e como pode-se utilizar propostas harmônicas. Ex.: esquemas complementares, monocromáticos, análogos.	Fraser e Tom, 2012.

		Psicologia das cores	Afetação da cor no sentido emocionais presentes no subconsciente da mente humana.	Discutir como a cor influência na percepção dos artefatos comercializados	Fraser e Tom, 2012; Malhotra, 2013.
Princípios do Design	Equilíbrio	Estado de distribuição em que a ação resultante é uma pausa, ou seja, as forças que produzem a ação naquele momento possuem um equilíbrio.		Contribuir na formatação da distribuição dos artefatos na barraca, isso é, seu modo de agrupamento.	
		Simétrico	Pode acontecer em um ou mais de seus eixos, permite a percepção com maior facilidade.		
		Assimétrico	Nenhum dos lados opostos são iguais.		
		Radial	Formação circular.		
		Desequilibrado	Falta de equilíbrio. Apresentam-se tendência para mudar de forma de lugar ou forma, isso é, algo instável.		
	Ritmo	Função de movimento.		Demonstrar as possibilidades de expor os artefatos de diversos modos em função de seu movimento.	
		Repetição / alternado	Utilização de um mesmo elemento em sua repetição ou alternando o produto.		
		Regulares / irregulares	Exposição constante ou inconstante de certo produto.		
		Linear / não linear	Direcionamento.		
		Flexível / rígida	Utilização que possibilita a inserção de novos produtos em seu movimento ou não.		
	Unidade	Modo como é percebido o elemento dentro da exposição, como modo único ou diversificado.		Mostrar como a utilização de mesmo elementos facilita a compreensão do usuário e/ou cliente.	
		Semelhança	Utilização de um mesmo produto, forma, cor, textura.		

			Proximidade	Utilização da cor, tamanho, forma, brilho, textura de acordo com sua proximidade.			
			Continuidade	Impressão visual, tendência do elemento acompanhar o outro.			
		Volume	Utilização das três dimensões do espaço.		Mostrar as possibilidades de utilização das dimensões espaciais presente na barraca e as sensações que podem ser causadas.		
			Altura	Baixo, médio e alto.			
			Largura	Largo e estreito.			
			Espessura	Grande e pequena.			
			Peso	Leve e pesado.			
		Aromas	Utilização de cheiros no ambiente como meio de facilitar a percepção do usuário as características do espaço.		Demonstrar como o aroma contribui para ficção do usuário no ambiente e suas sensações.		
			Natural	São aqueles que se utiliza elementos naturais no ambiente. Como exemplo: flores e temperos.			
			Artificial	Aromas desenvolvidos quimicamente.			
III	Sinalização	Forma de identificação de modo objetivo para facilitar a informação ao consumidor ou usuário do ambiente.		Mostrar a importância da informação na feira de artesanato, nos artefatos e informações sobre os produtos.	Malhotra, 2013; Gurgel, 2007.		
		Etiquetas	Elemento utilizado para informar os valores de cada produto e quem é o responsável pela produção.	Permitir ao consumidor acesso facilitado sobre valores e responsável pela produção do artefato.	Autoria própria.		

		Banners	Cartaz que exhibe informações sobre o local em que comercializa produtos, promoções e conteúdo específicos.	Mostrar a importância de informar ao usuário informações referentes ao funcionamento da feira, origem dos produtos e associados em suas barracas.	Malhotra, 2013.
		Identificação de produto	Descrição das características e materiais utilizados para confecção do artefato	Permitir que o consumidor tenha informações referentes ao artefato.	Autoria própria.
	Ergonomia	Dimensões definidas que combina e estuda as características físicas do corpo humano, sua fisiologia e fatores psicológicos. Como exemplo: alturas, dimensões, o olhar humano.		Mostrar a importância de utilizar a ergonomia na exposição dos artefatos para torná-la acessível ao consumidor.	Gurgel, 2005; Malhotra, 2013; Demetresco, 2014.
		Circulação	Dimensões mínimas para utilização humano em espaços de tráfego.	Mostrar as dimensões mínimas para circulação no ambiente da feira de artesanato. Como exemplo: corredores de passagem.	Gurgel, 2005; Malhotra, 2013.
		Alcance	Movimentos realizados pela ação humana possuindo como base o tamanho de cada ser humano para alcançar determinados objetos.	Exemplificar o alcance realizado pelos usuários.	Gurgel, 2005; Malhotra, 2013.
		Visão	Movimento conseguido pelo olho humano para observar cada objeto.	Mostrar como se dá a visão humana e seu alcance.	Gurgel, 2005; Malhotra, 2013.
		Mobiliário e expositores	Elementos utilizados para auxiliar a exposição dos artefatos e melhorar o aproveitamento do espaço.		Mostrar a possibilidade de aumentar o espaço utilizado na barraca.

		Tipos	Refere-se as possibilidades de mobiliários a serem utilizados dentro do contexto feira de artesanato. Como exemplo: prateleira, cordas, ganchos, cestos, cabides, pregadores.	Estimular a criação de novos elementos para facilitar a exposição do artefato.	Autoria própria.
		Materiais	Tipos de materiais de baixo custo e peso para criar novos mobiliários e/ou expositores.	Demonstrar materiais acessíveis, de baixo custo e fácil manuseio.	Autoria própria.
IV	Composição de Ambientes		É o projeto de exposição dos artefatos, isso é, a organização, gestão, estratégia, ambiência ou arranjo do ambiente.	Apresentar e discutir as possibilidades de uso dos elementos discutidos durante a oficina na concepção de ambientes que priorizem a distribuição dos artefatos de modo harmônico.	
	Tipologias	Elementos esquematizados que facilitam a concepção da ambiência ou arranjo do ambiente.		Demonstrar tipologias que podem ser utilizadas na execução e elaboração do projeto de distribuição dos artefatos na barraca.	Demetresco e Regamey, 2012.
		Limpa (Clean)	Tipologia que preza pela clareza de informações, facilidade visuais e utilização de elementos objetivos.		Demonstrar como a utilização de poucos elementos facilita a visualização dos artefatos comercializados.

		Data Comemorativa	Tipologia específica para ser usada em datas especiais em que priorizem o uso de elementos e cores que remetem ao dia comemorativo.	Apresentar possibilidades de trabalho na exposição de artefatos, a partir, de elementos decorativos de datas específicas, como: Natal, Dia dos Namorados e Dia das Mães.	Demetresco e Regamey, 2012.
		Carregada	Tipologia com muitas informações em que possuem características mínimas em sua execução, como exemplo a utilização de organização por tipo e tamanho.	Discutir sobre a obrigação de expor vários elementos, porém sobre a necessidade de manter uma padronização e/ou organização.	Demetresco e Regamey, 2012.

Fonte: Autoria própria elaborada por meio dos estudos realizados para concepção da oficina.

5. Análise, interpretação dos dados e construção narrativa do trabalho de campo por meio de todos os registros coletados em campo e por meio da CC.

4. TRABALHO DE CAMPO

O trabalho de campo iniciou-se em maio de 2015 e foi realizado durante os dias que acontecem a Feira de Artesanato da AAT, em algumas reuniões da associação e pelo acompanhamento da feira em outros locais, quando convidados para expor em algum evento na região do Sul de Minas. O encerramento do campo aconteceu em dezembro de 2016 e tem seu caráter fundamentado no modo empírico disposto pela ANT.

Definiu-se pela não identificação do artesão a partir de seu nome e optou-se por numerar cada um dos associados entrevistados, tal medida se deu para manter a privacidade de suas falas colocadas na dissertação, para evitar possíveis atritos.

O trabalho de campo é dividido em três momentos. O primeiro dispõe sobre Itajubá e a Associação Artes da Terra tendo como intuito contextualizar algumas questões importantes para compreender os espaços no âmbito da Feira de Artesanato. No segundo momento são explicitados nos ínfimos detalhes os ambientes em que estão inseridas a Feira de Artesanato da Associação. A partir dessa circunstância, desenvolveu-se o terceiro momento, em que se realizou a oficina dividida em 4 módulos e posteriormente a análise das controvérsias geradas pela atividade e o guia para os artesãos quanto as exposições de produtos.

Entretanto, como mencionado por Latour (p. 31, 2012) “Os deveres do cientista social mudam concomitantemente: já não basta restringir aos atores ao papel de informantes de casos de tipos de bem conhecidos. É importante devolver-lhes a capacidade de elaborar suas próprias teorias sobre a constituição do social”, isso é, construir a narrativa por perspectivas diferentes, as informações construídas e representadas nesse texto são complexas e amplas, pois, buscou-se trabalhar pela epistemologia proposta por Latour.

4.1 Cidade de Itajubá/MG

A cidade reconhecida pelo seu parque industrial, suas instituições de ensino e por belas paisagens, o município está localizado na região do Sul de Minas Gerais e possui uma população estimada em 96523 habitantes segundo o senso do IBGE de 2016 (IBGE, 2016). Sua localização é privilegiada por estar próximos de médios e grandes centros urbanos, como as capitais de São Paulo e Rio de Janeiro, como exemplificada na figura 10 – Itajubá, entorno e seus principais acessos.

“Itajubá foi fundada em 19 de março de 1819 e em 27 de setembro de 1848 foi emancipada e, conforme a Lei nº 355, de 27 de setembro de 1848, a abrangência dos seguintes territórios: a “ freguesia de mesmo nome” (que abrangia o atual município e Piranguçu), Cristina (Espírito Santo do

Cumquibus), Pedralva (São Sebastião da Capituba), Brasópolis (São Caetano da Vargem Grande) e Delfim Moreira (Soledade de Itajubá). Pouco tempo depois esses territórios foram se desmembrando de Itajubá” (ITAJUBÁ, 2016).

Figura 10 – Itajubá, entorno e seus principais acessos.



Fonte: <http://www.itajuba.mg.gov.br/imagens/mapa.jpg>, 2016.

O contexto histórico da cidade está inserido na descoberta do ouro ao final do século XVII quando “O Padre João de Faria e seu cunhado [...] e outros bandeirantes, sob o comando de Borba Gato, encontraram ricas zonas de garimpagem na legendária Mantiqueira [...]. Em 1740, novos descobridores foram atingindo a localidade aí erguendo suas casas [...]” (CIDADES IBGE, 2016). Porém, somente em março de 1819 acontece a fundação do município, antes nomeada como Boa Vista. O nome do município está associado a palavra indígena *Itagybá* que possui como significado “Rio das Pedras que do alto cai” em referência a cachoeira junto as minas de Miguel Garcia Velho¹⁴ (ITAJUBÁ, 2016)

O turismo local está associado as cachoeiras no entorno da cidade, mirantes e reservas, serras, picos e cumes, arquitetura, templo religioso de Nossa Senhora da Agonia, artesanato local e pela constituição da Universidade Federal de Itajubá (ITAJUBÁ, 2016).

¹⁴ Fundador da primitiva Itajubá, onde hoje está inserido o município de Delfim Moreira (ITAJUBÁ, 2016).

A Universidade Federal de Itajubá - UNIFEI, fundada em 23 de novembro de 1913, com o nome de Instituto Eletrotécnico e Mecânico de Itajubá - IEMI, por iniciativa pessoal do advogado Theodomiro Carneiro Santiago, foi a décima Escola de Engenharia a se instalar no país. [...] Sua denominação foi alterada em 16 de abril de 1968 para Escola Federal de Engenharia de Itajubá - EFEI. A competência e o renome adquiridos em mais áreas de atuação conduziram ao desdobramento do seu curso original em cursos independentes de Engenharia Elétrica e de Engenharia Mecânica, com destaque especial para as ênfases de Eletrotécnica e Mecânica Plena. Iniciou em 1968 seus cursos de pós-graduação, com mestrados em Engenharia Elétrica, Mecânica e Biomédica, este último posteriormente descontinuado. Em resposta à evolução da tecnologia e à expansão das novas áreas contempladas pela Engenharia, a UNIFEI ampliou as suas ênfases em 1980, passando a incluir a de Produção, no curso de Engenharia Mecânica, e a de Eletrônica, no de Engenharia Elétrica. [...] A concretização do projeto de transformação em Universidade deu-se em 24 de abril de 2002, através da sanção da lei número 10.435, pelo presidente da República, Fernando Henrique Cardoso (UNIFEI, 2016).

Acredita-se que o artesanato presente na cidade é exposto e comercializado hoje por meio de duas associações: a Associação de Artesanato Artes da Terra, que expõe seus artefatos em uma feira na Praça Getúlio Vargas; e a Associação de Artesãos de Itajubá, que expõe seus produtos na Praça Wenceslau Braz ambas localizada no centro da cidade (ITAJUBA, 2016).

4.2 Associação Artes da Terra (AAT)

A Associação Artes da Terra - AAT é uma instituição de artesãos e produtores caseiros da cidade de Itajubá localizada no Sul de Minas Gerais, uma entidade sem fins lucrativos, de caráter jurídico com autonomia administrativa, financeira própria.

A Associação Artes da Terra foi criada em 11 de maio de 2011, inspirada na capacidade do ser humano em usar sua criatividade, e com finalidade de mostrar a qualidade de suas habilidades através de seus trabalhos, bem como dar oportunidade a todas as pessoas que queiram apresenta-se em qualquer modalidade artística ou cultural de nossa cidade e região (REGIMENTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA, 2013).

Segundo o Artesão (ã) 38 a AAT teve seu nome definido por ela “Até esse nome Artes da Terra foi eu que coloquei, eu falei que todo mundo produz alguma coisa e é tudo nosso aqui da região, uai, então vamos por ‘Artes da Terra’, nós começamos com 3 artesãos (ãs) e depois o povo foi gostando e foi crescendo.” (ENTREVISTA, 08 ABRIL DE 2016).

As atuais finalidades da AAT serão apresentadas resumidamente abaixo conforme descrito em seu Estatuto da Associação Artes da Terra (2012):

a) fortalecer, promover e integrar os associados, despertando ações coletivas e serviços que contribuam para o fomento das explorações artesanais e de manufatura caseiras, tentando valorizar as condições de vida dos associados;

b) integração de seus associados a partir de ampla política na busca de obter soluções dos diversos problemas apresentados e encaminhados as autoridades competentes;

c) viabilização de recursos para que possam desenvolver seus trabalhos proporcionando-lhes atividades econômicas, culturais, desportivas e sociais;

d) colaboração entre os Poderes Públicos e Conselhos por meio de relato dos problemas da Associação e solicitando soluções da entidade;

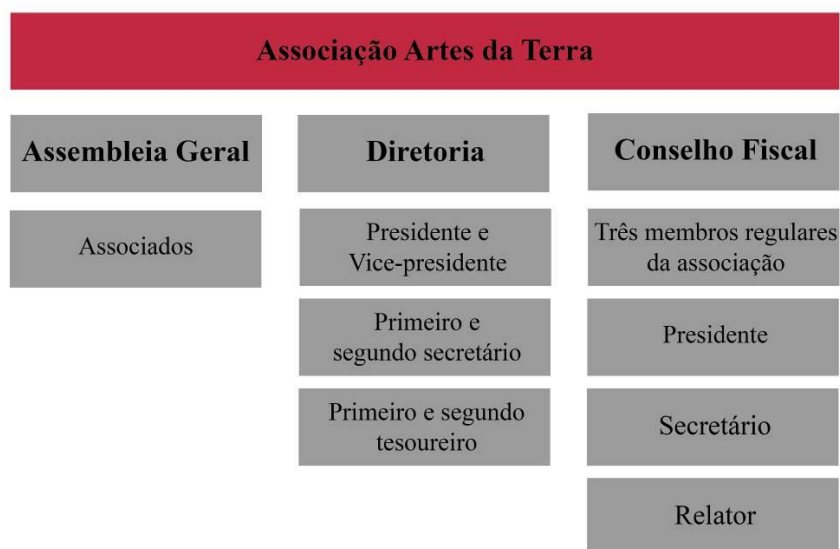
e) promoção de atividades individuais ou coletivas que resultem no levantamento de fundos para as necessidades da associação;

f) firmar convênios com associações congêneres;

g) defender os interesses dos associados contra todas as formas de discriminação, priorizando a melhoria das condições de trabalho e garantia dos direitos dos artesãos.

Para explicitar o funcionamento da associação foi elaborado o organograma 1 abaixo, referindo-se à assembleia geral como o órgão máximo da entidade; a diretoria como responsável pela a parte executiva não podendo ser reeleita por mais de uma vez e cabe a ela a responsabilidade de tomar as decisões; o conselho fiscal, órgão responsável por fiscalizar os atos da diretoria executiva no setor financeiro (ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA, 2012).

Organograma 1 - Funcionamento da Associação Artes da Terra



Fonte: elaborado pelo autor a partir do estatuto da associação, 2016.

O Estatuto da AAT determina que o número de associados é ilimitado e é permitido associar-se ao seu quadro social, artesãos (ãs) e produtores caseiros com idade superior a 18 anos, desde que se comprometam aceitar e cumprir o estatuto, regimento e resoluções da associação e das condições a capacidade técnica de prestação de serviço pela associação (ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA, 2012).

Já o desligamento do artesão perante a associação se dá mediante a participação mínima de 6 meses e ele poderá ser admitido novamente na associação a partir da aprovação de sua diretoria (ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA, 2012).

No regimento da AAT é possível perceber com mais clareza o processo de entrada de novos associados:

Art. 2º

§1º - As inscrições somente serão aceitas no período de janeiro a setembro do ano em curso.

§2º - As inscrições na AAT para a venda de produtos artesanais e alimentos caseiros a Feira de Artesanato deverão ser submetidas a critérios de seleção similares, sendo que os produtos alimentícios são obrigados a obedecer aos critérios de Fiscalização Sanitária Municipal.

“Art. 3º - Os artigos devem ser de fabricação artesanal e confeccionados pelo próprio inscrito.

Art. 4º - A Diretoria se baseará em critérios de qualidade e técnica na fabricação dos produtos para aceitar a sua exposição, tais como: acabamento, material usado e diversificação de produtos.

Art. 5º - O artesão ou produtor caseiro selecionado e aprovado deverá adquirir sua barraca dentro dos padrões das já existentes (cor, tamanho e modelo).

Art. 7º - Na feira de artesanato não há limitação de barracas de produtos semelhantes

Art. 8º - Não serão aceitas as inscrições de artesão e/ou produtor caseiro inscrito na Associação Artes da Terra em outras feiras de artesanato na cidade de Itajubá ao mesmo tempo (REGIMENTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA, 2013).

A participação de cada associado está condicionada ao pagamento de uma taxa de entrada e contribuições mensais no valor de R\$ 35,00, esse valor é referente a taxa de manutenção e pagamento do funcionário responsável por montar, desmontar e vigiar as barracas na praça durante os dias da feira, ressalta-se que as barracas permanecem montadas de sexta-feira para sábado, dia em que acontece a Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra.

É importante lembrar que devido à grande rotatividade dentro da associação, tornou-se extremamente difícil contextualizar os períodos anteriores a inserção do pesquisador, pois poucos artesãos estão presentes desde a fundação da associação.

O histórico da associação se dá pelo registro de atas em suas reuniões e pelo livro de presença que deve ser assinado por todos os artesãos (ãs) presentes no dia do funcionamento da feira, como a pesquisa objetivou acompanhar o momento desde a entrada até a saída do pesquisador, entendeu-se que não seria necessário buscar esses registros, pois, foi observado a rede presente nestes momentos, já que os momentos passados provavelmente se tornaram caixas-pretas.

A tabela 2- Associados no período de maio de 2015 a outubro de 2016, apresenta um provável número de associados presentes durante o período de inserção no campo.

Tabela 2 - Associados no período de maio de 2015 a outubro de 2016

Identificação	Quantidade em anos, meses ou semanas como associado na AAT?	Ainda está na associação?
Artesão(ã) 1	15 anos	Sim
Artesão(ã) 2	***	Sim
Artesão(ã) 3	2 semanas	Sim
Artesão(ã) 4	1 ano e meio	Sim
Artesão(ã) 5	10 anos	Sim
Artesão(ã) 6	***	Sim
Artesão(ã) 7	2 anos	Sim
Artesão(ã) 8	2 anos	Sim
Artesão(ã) 9	***	Sim
Artesão(ã) 10	6 meses	Não
Artesão(ã) 11	15 anos	Sim
Artesão(ã) 12	1 ano	Não
Artesão(ã) 13	2 meses	Sim
Artesão(ã) 14	15 anos	Sim
Artesão(ã) 15	***	Não
Artesão(ã) 16	15 anos	Sim
Artesão(ã) 17	6 meses	Não
Artesão(ã) 18	***	Sim
Artesão(ã) 19	1 ano e 6 meses	Sim

Artesão(ã) 20	6 meses	Não
Artesão(ã) 21	2 anos	Sim
Artesão(ã) 22	3 anos	Sim
Artesão(ã) 23	15 anos	Sim
Artesão(ã) 24	3 anos	Sim
Artesão(ã) 25	4 anos	Sim
Artesão(ã) 26	***	Sim
Artesão(ã) 27	3 anos	Não
Artesão(ã) 28	***	Sim
Artesão(ã) 29	***	Sim
Artesão(ã) 30	6 meses	Não
Artesão(ã) 31	1 ano e 6 meses	Sim
Artesão(ã) 32	9 meses	Não
Artesão(ã) 33	3 anos	Sim
Artesão(ã) 34	***	Não
Artesão(ã) 35	6 meses	Não
Artesão(ã) 36	8 anos	Sim
Artesão(ã) 37	***	Não
Artesão(ã) 38	15 anos	Não
Artesão(ã) 39	***	Sim
Artesão(ã) 40	2 anos	Sim
Artesão(ã) 41	***	Sim
Artesão(ã) 42	1 ano e 6 meses	Sim
Artesão(ã) 43	***	Não
Artesão(ã) 44	6 meses	Não
Artesão(ã) 45	***	Sim
Artesão(ã) 46	***	Sim
Artesão(ã) 47	***	Sim

Fonte: autoria própria, 2016.

Durante o acompanhamento dessa pesquisa foram listados 47 artesãos e/ou produtores, sendo que até o momento 14 associados se desligaram da associação. Por meio da tabela 1 percebe-se que somente 5 associados permanecem desde a fundação da AAT e que a média

em anos dos associados está entre 2 – 3 anos, isso é, aproximadamente 1/3 dos associados acompanhados deixaram a AAT durante a pesquisa.

Em conversa com a artesão (ã) 30 foi mencionado que sua saída se deu pela insegurança presente na praça, “Uma vez vi que tinha um rapaz com uma garota vendendo droga, minha barraca ficava no centro da praça e presenciei isso no sábado pela manhã. Me senti insegura, fora o cheiro de xixi e de maconha presente no espaço. Desse jeito acabei resolvendo sair”. E em conversa com a artesão (ã) 25 soube-se o motivo da saída do artesão (ã) 35, “ela não podia vim todos os dias, e acabou que só estava presente de 15 em 15 dias, eu procurei conversar com o pessoal para entendermos a necessidade dela, porém, eles votaram e eu não consegui que ela continuasse na AAT, sentirei falta da minha amiga”.

Já o artesão (ã) 23 menciona que “A feira está fraca por causa do local onde ela está, as pessoas só passam aqui para ir no mercado. Tá muito, muito fraco. Muitos associados desistiram, se eles vêm que o negócio tá fraco eles saem. [...]” (CADERNO DE CAMPO, 02 DE ABRIL DE 2016).

Ao questionar outros artesãos (ãs), constatou que em muitos casos, alguns se associam achando que irão ter um retorno excelente e em muitos casos isso acaba não ocorrendo e a permanência desse associado se torna mínima de 6 meses, conforme especificado no regimento da AAT, tal percepção foi possível por meio das conversas e entrevistas realizadas ao longo do trabalho de campo.

Para contextualizar o tipo de artesanato exposto e comercializados pelos associados realizou-se uma entrevista com alguns artesãos e produtores com intuito de especificar o artefato produzido, como aprendeu a fazer e o local onde é confeccionado, conforme especificado na tabela 3 – Artesanato produzido, onde aprendeu a fazer o artesanato e local onde é confeccionado.

Tabela 3 - Artesanato produzido, onde aprendeu a fazer o artesanato e local onde é confeccionado

Identificação	Artesanato produzido	Onde aprendeu a fazer o artesanato/produto alimentício?	Em que local produz o artesanato?
Artesão(ã) 1	Bijuterias (colares, brincos, pulseiras, anéis) feitos com pedrarias, perolas e sementes	Disk Biju	Em casa
Artesão(ã) 2	Roupas para bebês	***	Em casa
Artesão(ã) 3	***	***	***
Artesão(ã) 4	Aromáticos para ambientes	***	Em casa
Artesão(ã) 5	Terço, pulseiras, dezenas, adornos, livros	Em casa	Em casa

Artesão(ã) 6	Patchwork, produtos em tecidos para bebê, feltro e crochê	Sozinha e aulas <i>on line</i>	Em casa, sala para produção
Artesão(ã) 7	Farinha de Tapioca e ingredientes	Com a mãe	Em casa
Artesão(ã) 8	Ponto cruz, <i>hardanger</i> , crivo, <i>patchplique</i>	Revistas e aula particulares	Em casa, quarto específico para produção
Artesão(ã) 9	Licores diversos e trufas de chocolate	***	Em casa, cozinha.
Artesão(ã) 10	Cocada e bolo para festas	Sozinha e dom de família	Em casa
Artesão(ã) 11	Pano de prato, almofadas, tapetes, caminho de mesa	Salão da Igreja Matriz	Em casa
Artesão(ã) 12	Ponto cruz, tricô, bijuterias	Mãe, revistas, sites e <i>youtube</i>	Em casa
Artesão(ã) 13	Kits de cozinha, jogo americano, aplique de tecidos em toalhas e objetos	***	Em casa, sala
Artesão(ã) 14	Pulseiras, colares, enfeite chinês, chaveiros, letras	Artigos para casa e livros	Em casa
Artesão(ã) 15	***	***	***
Artesão(ã) 16	Crepe suíço e mini pizza	Com a vida	Em casa
Artesão(ã) 17	Doces caseiros (batata, batata rocha, cidra abobora etc.)	Família	Casa dos familiares
Artesão(ã) 18	Roupas para bebê (fralda, toalhinha, babador, sapatinho)	***	Em casa, quarto
Artesão(ã) 19	Mantas de viagem, mantas de pé de cama e sofá, mantas infantis, mantas para bebês, trocador de bolsa para bebê, jogos americanos, caminhos de pesa, suportes para portas	Comigo mesma	Em casa, quarto de costura
Artesão(ã) 20	Chaveiros, tapete, caixa de joias, pão de prato, flores, anjos de corda, bonecas	TV, revistas e cursos	Em casa
Artesão(ã) 21	Toalha bordada de fita, caminho de fita, oratório	TV, com outras pessoas e aulas particulares	Em casa
Artesão(ã) 22	<i>Patchwork</i> , feitos de tecidos, utilitários (bolsas, nécessaire, toalhas, manta, lixeiras para carro, almofadas etc.)	Professora particular	Em casa, quarto específico para produção
Artesão(ã) 23	Pinturas em caixas em mdf, velas decorativas e sabonetes artesanais	Com a minha sogra	Em casa, quarto específico para produção
Artesão(ã) 24	Colcha, almofadas e bolsas	Sozinha e internet	Em casa
Artesão(ã) 25	Bichos em pelúcia	Com minha irmã	Em casa, barracão específico para produção
Artesão(ã) 26	Produtos feitos com reciclagem e grande parte, pesos para porta, chaveiros, cofres para crianças, cestas, garrafas decorativas	***	Em casa, sala
Artesão(ã) 27	Tudo em crochê	Sozinha, vendo a Vó fazer	Em casa
Artesão(ã) 28	Pintura em mdf <i>decoupage</i> e <i>patchwork</i>	***	Casa da mãe, garagem
Artesão(ã) 29	***	***	***
Artesão(ã) 30	Mandala em lã	***	***

Artesão(ã) 31	Bolo de milho verde, pastel de milho e bolo salgado	Em casa	Em casa
Artesão(ã) 32	Camiseta estampada, vestidos, saia, quadros, arte em vinil, livros poéticos	Em casa	Em casa
Artesão(ã) 33	<i>Decoupage</i> em vidros, pano de prato, moda cozinha, topearia, fuxicos, <i>pathapliquê</i> em panos de pratos, toalhas de mesa, flores em EVA	Cursos	Em casa, cozinha, quarto, quintal etc....
Artesão(ã) 34	Crochês feitos com barbantes, bichinhos para decoração de quarto de criança em feltro	***	Em casa, sala
Artesão(ã) 35	Panos de prato com pintura, bonecos de pano, tiaras de cabelo, vestido para bonecas	Na igreja São Paulo e na Escola Bradesco	Em casa e na feira
Artesão(ã) 36	Artesanato com tecidos, jogo americano, bolsas, artigos pra cozinha, decoração	Através de cursos e com familiares	Em casa, quarto
Artesão(ã) 37	***	***	***
Artesão(ã) 38	Pano de prato, certinhas de pão, <i>patchwork</i> , bordados, crochê	Cursos	Em casa, quartinho destinado a produção
Artesão(ã) 39	Crochê infantil (tocas, sapatinhos, babado etc...) e roupas para bonecas	Amiga	Em casa, em um cantinho da sala
Artesão(ã) 40	<i>Biscuit</i> , cabaça e pinha	Sozinha	Em casa
Artesão(ã) 41	Sandálias em borracha	***	Em um cômodo específico de casa
Artesão(ã) 42	Crochê, pano de prato com bicos em crochê, caminho de mesa, blusas, tapetes, sapatinho de bebê, moda praia	Tia	Em casa, quarto
Artesão(ã) 43	Artigos em madeira	***	***
Artesão(ã) 44	Bolos diversos (cenoura, chocolate etc....)	***	Em Casa, cozinha
Artesão(ã) 45	***	***	***
Artesão(ã) 46	Suspiro	***	***
Artesão(ã) 47	***	***	***

Fonte: autoria própria, 2016.

Devido à ausência, entrada e saída dos integrantes, tornou-se impossível coletar as informações de todos os associados durante a inserção do pesquisador. A partir da elaboração da tabela 2 averigua-se que grande parte do artesanato desenvolvido na AAT está agrupado na parte de produção de bordados confeccionados a mão com pequenos auxílios de máquinas. As atividades artesanais desenvolvidas em sua maioria não fazem parte da tradição familiar, onde tem-se a aprendizagem com algum familiar, porém, vale destacar que são utilizadas técnicas diversas na produção desses artefatos. Percebeu-se que todos utilizam as suas residências para produzir o que é exposto e comercializado na feira da AAT.

Também por meio da inserção na AAT identificou-se a presença de uma logo padronizada utilizada nos uniformes, banners e cartões de visitas, conforme mostrados nas imagens 11, 12 e 13.

Figura 11 - Uniforme da AAT



Fonte: autoria própria, 2015.

Figura 12 - Banner da Associação Artes da Terra



Fonte: autoria própria, 2016.

Figura 13 - Cartão de Visita da AAT



Fonte: autoria própria, 2016.

O artesão (ã) 25 menciona que o uso de uniforme é obrigatório durante os dias que ocorre a feira e que na maioria das vezes esquece de pegar o banner no barracão e posicioná-lo na praça onde ocorre a feira (CADERNO DE CAMPO, 27 DE JUNHO DE 2015). Vale observar também o erro de ortografia presente no cartão de visita, em que, deveria escreve-se Praça Getúlio Vargas, e está escrito, Praça Jetúlio Vargas, entretanto constatou que muitos dos associados utilizam o cartão de visitas com a grafia errada. Acredita-se que isso é contribui para mostrar a falta de atenção aos detalhes dentro da organização da associação.

Porém, vale mencionar que até o final da pesquisa de campo alguns artesãos (ãs) desenvolveram seus próprios cartões de visita, assim como logo e embalagens com uma identidade própria do trabalho que é desenvolvido. Reconhece que tal fator demonstra mais uma vez a falta de unidade e estratégia como uma associação que está a 15 anos em funcionamento.

Portanto a ATT é uma entidade que possui estatuto, atas de registro, regimento interno e alvará de funcionamento – gratuito e de renovação anual. Suas reuniões ocorrem mensalmente ou a cada 2 meses, no início da pesquisa seu espaço de reunião era o Museu Wenceslau Braz, próximo a rodoviária da cidade e hoje elas ocorrem na CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) no centro da cidade de Itajubá.

4.2.1 Outros atores: elementos inseridos na AAT

Ao longo da inserção no campo de pesquisa, pode-se notar dois fortes elementos citados pelos artesãos, sendo eles:

- a) Intecoop: Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade

Federal de Itajubá. “Tem como missão mobilizar grupos populares por meio do trabalho coletivo, do incentivo à autogestão e da transferência de tecnologia, como forma de promover a cidadania de acordo com os princípios da economia solidária” (UNIFEI, 2016).

Segundo o artesão (ã) 25 a AAT é incubada na Intcoop e em alguns momentos são convidados a participarem de oficinas dadas pela incubadora e a exporem seus produtos na feira de produtos orgânicos na Praça do BPS – Praçonha, “lá podemos colocar até três barracas [...], em alguns momentos também recebemos treinamentos sobre economia solidária”. (CADERNO DE CAMPO, 27 de junho de 2016). É também por meio da Intcoop aonde ocorre o auxílio jurídico da AAT, tal como contador.

Outra fala bem presente nos relatos da pesquisa de campo foi sobre a criação de um site para AAT através da Intcoop. Em uma das reuniões, onde estiveram presentes membros da incubadora, foi possível ter acesso ao site, porém, o mesmo não continha todas as informações da associação, produtos, e em alguns casos foi criticado por alguns artesãos (ãs).

b) Prefeitura Municipal de Itajubá

A prefeitura de Itajubá é o item mais citado pelos artesãos (ãs) dentro da AAT, pois é através dela que se obtém o alvará de funcionamento e o apoio em alguns eventos:

- Ajuda de custo para transporte quando convidados a exporem em outras cidades;

A prefeitura disponibiliza o ônibus para viagens em outras feiras de artesanato (quando disponível e agendado previamente) ou para eventos. Quando se há uma ocasião especial e é necessário de iluminação para as barracas contamos com o apoio da prefeitura também, onde sempre estamos em conversa com o diretor da cultura da cidade (CADERNO DE CAMPO, 27 DE JUNHO DE 2015).

- Permissão para exporem na praça principal da cidade em datas comemorativas;
- Galpão onde guardavam o material da Feira de Artesanato da AAT.

Destaca-se que desde o início do trabalho de campo os associados possuem um grande objetivo de terem a Feira de Artesanato da AAT movida para praça principal da cidade (Praça Theodomiro Santiago), pois creem que lá o fluxo de pessoas é maior, o local é mais central e condiz melhor com a visibilidade que deveria ser dada a feira. Como mencionado acima em alguns momentos a AAT acaba recebendo a autorização para funcionar nessa praça, essas datas geralmente são: dia das mães, dos namorados e natal.

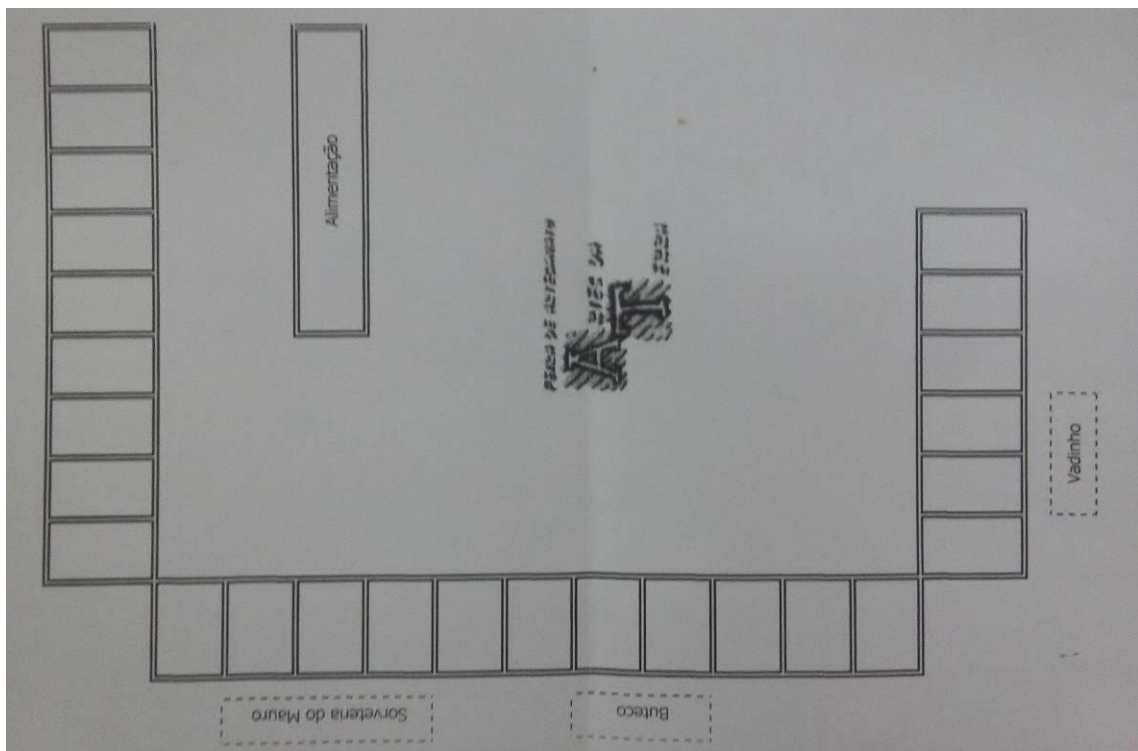
Uma das grandes expectativas que se pode acompanhar foi a liberação para realizarem a Feira de Artesanato na Praça Theodomiro Santiago durante o período do Natal de 2015.

O artesão (ã) 23 ficou responsável pela configuração do layout – figura 14 - segundo o artesão (ã) 25 “Já possuímos o aval da prefeitura para utilizamos a praça que foi recém reformada e reinaugurada, ficaremos lá entre os dias 14/12/2015 – 24/12/2015, lá o movimento é melhor e conseguimos vender mais” (CADERNO DE CAMPO, 31 DE OUTUBRO DE 2015). Porém foi relatado pelo mesmo artesão (ã) que ainda não obtiverá o alvará para alteram o local na data de fim de ano.

Pedimos para ficar ali em frente ao Buteko’s¹⁵, o começo da feira se dá em frete ao Vadinho e faz um ‘U’ e ficará por ordem, os mais antigos da feira ficam na frente, em frente ao Vadinho¹⁶, e em frente ao Buteko’s e pega o corredor inteiro [...] o Vadinho é o início por causa da circulação (fluxo de pessoas), ano retrasado ficamos no fundo da praça (próximo a biblioteca) e dessa vez foi pedido para que fosse nesse local, por causa do fluxo, relato do artesão(ã) 23 (CADERNO DE CAMPO, 31 DE OUTUBRO DE 2015.)

Segundo o artesão (ã) 23, o responsável pelo projeto, sob autorização do artesão (ã) 25. “O desenho do projeto foi feito no computador pelo meu marido, eu falei para ele e ele desenhou” (CADERNO DE CAMPO, 31 DE OUTUBRO DE 2015).

Figura 14 - Proposta de utilização da Praça Theodomiro Santiago para o natal de 2015



Fonte: desenvolvido pela Associação Artes da Terra (AAT), 2015.

¹⁵ Burgueria localizada no calçadão da praça Theodomiro Santiago.

¹⁶ Cafeteria localizada na parte lateral do calçadão da praça Theodomiro Santiago.

Ainda de acordo com o artesão (ã) 23 em novembro aconteceria uma reunião para colocarem o nome de todos de acordo com a disposição das barracas na praça Theodomiro Santiago. Foi também ressaltado que o desenho em “U” não foi elaborado de acordo com o desenho da praça e que a área de alimentação estaria centralizada no ambiente, esse formato mencionado em “U” é demonstrado na figura 12 acima.

A partir desse relato, fica claro a organização de alguns artesãos (ãs) para ocuparem um local mais central e com um fluxo maior durante o período natalino, porém, em conversa posterior ao final do ano de 2015, constatou a não autorização da prefeitura de Itajubá. Segundo alguns associados, foi dito pelo prefeito que a feira de artesanato iria deixar a praça recém-inaugurada favelada e que a praça não foi reformada para isso. Ao questionar o artesão (ã) 23 o motivo da Feira de Artesanato da AAT não ser alterada para a outra praça deve o seguinte comentário:

Não sei, tem que perguntar para o prefeito. Gostaríamos muito de mudar pra lá, mas tem que ver com a prefeitura. Antes de ser construída a praça nova, eu tinha até a promessa que nós iríamos para lá, inclusive o comércio dali, restaurantes, assinaram e falaram que não tinha problema da feirinha da Artes da Terra ficar lá, mas agora, depois da praça pronta já soube que não vamos pra lá, a praça tá nova, não sei o que (CADERNO DE CAMPO, 31 DE OUTUBRO DE 2015).

No início de 2016, após o período de recesso da AAT (janeiro de 2016), novamente tocou-se no assunto – a não ida para a praça Theodomiro Santiago no período do Natal, foi percebido uma grande insatisfação dos associados perante a prefeitura de Itajubá, pois além disso a prefeitura não iria mais ceder o espaço onde estavam guardados o material da AAT¹⁷.

Tal assunto sobre a alteração do galpão onde guardavam os materiais já foi mencionado em outras ocasiões:

Durante a volta para Itajubá (Feira Folclórica em Santa Rita do Sapucaí), foi possível acompanhar algumas conversas que estavam relacionadas a AAT. O assunto principal entre os artesões (ãs) foi sobre a possível mudança do local onde guardam a estrutura das barracas e seus produtos, pois a prefeitura colocou em leilão o espaço próximo à Praça Getúlio Vargas, porém, o secretário de cultura da cidade ajudaria a disponibilizar outro local (CADERNO DE CAMPO, 22 DE AGOSTO DE 2015).

O depósito onde é guardado as matérias da AAT foi vendido e o secretário de cultural, está comprometido em ajudar a encontrar um novo local para

¹⁷ O galpão emprestado pela prefeitura foi leiloadado.

armazenarem os materiais da AAT, informado pelo artesão (ã) 12” (CADERNO DE CAMPO, 26 DE SETEMBRO DE 2015).

Porém, somente em abril de 2016 pode-se verificar o real relato sobre a não alteração de local da Feira de Artesanato da AAT durante o período natalino, tal assunto foi detalhado pelo artesão (ã) 25:

De início nós sabíamos que íamos, quando chegou a véspera do natal, quando mandei a licitação pra lá o secretário de cultura mandou um e-mail para artesão (ã) 23 dizendo que nós não íamos participar da feira mais lá em cima, que ele não queria nenhum camelo lá. Depois veio pra nós aqui que ele ia botar uma redoma de vidro lá, pra não ter acesso a esse tipo de ambulante e nós por exemplo. Até estamos meio assim lá com eles, porque amanhã tínhamos um evento pra fazer lá em Santa Rita e mesmo com a justificativa que eles deram que pedimos em cima da hora. Sabemos que a prefeitura tem muito ônibus e poderia ter ajudado, e aberto uma exceção pra nós. Então, porque ali na praça antiga nós fazíamos lá em cima uma vez por mês, evento do dia das mães fazíamos 10 dias lá, no dia das crianças fazíamos 3 - 4 dias lá e isso foi cortado, eu não vejo o porquê, ele não quis que a gente fosse pra lá, mais pro outro lado tem muito vândalo que já estão destruindo o que já foi feito, tem cachorro que nada lá dentro, de bebum que nada lá e isso já foi até postado na internet (quanto a fonte construída na praça Theodomiro Santiago).

Então, essa coisa que eu te falo, tem coisas que a gente fica chateado, a gente não tem apoio da prefeitura nem de um lado nem de outro. A gente nem precisa nem pede e quando a gente pede é negado. Na época eu andei muito de bate-boca com o secretário, porque a gente pedia coisas pra ele e não eram aceitas, eram negadas.

Aí eu perguntei para ele cadê o dinheiro da cultura de Itajubá? Nós somos uma associação de artesanato, nós somos uma cultura de Itajubá, onde está a nossa parte? Aí tenta justificar de um lado, tenta justificar de outro acaba que não chega a lugar nenhum, teve um tempo que até parei de me relacionar com eles lá porque toda vez que íamos fazer um pedido era difícil ceder algo pra gente. Outra coisa também, essa coisa da praça lá e sobre o nosso final de ano, a não ser que mude o prefeito, e ele tenha interesse em coisas da cultura e artesanato, até aí não tem conversa, não tem acordo para mudarmos para praça Theodomiro Santiago (CADERNO DE CAMPO, 02 de abril de 2016).

Entretanto, todo esse processo de venda do galpão e as promessas de ajudar a encontrar um novo local para armazenarem os materiais da AAT feita pelo secretário da cultura não foram cumpridas. Atualmente, os materiais são guardados na garagem alugada no prédio da CDL, onde cada associado contribui com R\$ 5,00 mensalmente.

As boas relações com a prefeitura de Itajubá foram retomadas a partir do momento em que foi aprovado o funcionamento da Feira de Artesanato na praça Theodomiro Santiago

durante os dias que antecederam o dia das mães em maio de 2016 e dos namorados. É interessante mencionar que o ano de 2016 foi um ano de eleições municipais.

Em setembro de 2016 a Associação conquistou na cidade de Itajubá a Utilidade Pública¹⁸ - documento no (ANEXO A – Utilidade Pública Feira de Artesanato da AAT). Tal título confere a importância para a AAT uma vez que ela passa a ter direito à uma verba destinada a entidade. Segundo a artesã 33 “Esse é um passo importante para a AAT, a partir disso podemos conseguir uma verba que poderá ajudar muito dentro da associação. Agora os próximos passos é conseguir a Utilidade Pública Estadual e Federal” (CADERNO DE CAMPO, SETEMBRO DE 2016).

Atualmente a expectativa de conseguirem a aprovação de alteração do local da Feira de Artesanato da AAT para a praça Theodomiro Santiago voltou a estar presente na associação, pois acreditam que dessa vez a aprovação acontecerá, pois tiveram visita da prefeitura e um documento será entregue com comprovações de baixas vendas devido ao local onde estão, segundo o artesão (ã) 33.

c) Pesquisador: a inserção do pesquisador teve seu início em abril de 2015, onde buscou-se compreender quais feiras de artesanato e associação a cidade de Itajubá possuía. No começo optou-se por ter conversas informais e sem registro para que assim, pudesse conquistar a confiança dos artesãos (ãs) e aos poucos inserir-se na pesquisa e por trabalhar somente com a AAT, pois a pesquisa tornaria de grande dificuldade caso optasse por realizar a pesquisa em duas associações.

A entrada na pesquisa de campo caminhou-se lentamente e na medida que foi-se conquistando apoio dos associados a inserção foi melhorada. De início acreditou-se que o trabalho a ser desenvolvido estava diretamente relacionado a associação e seus associados, nas questões referentes a organização, gestão e funcionamento das atividades. Ao desenvolver da pesquisa foi possível constatar que o trabalho deveria ser desenvolvido a partir dos ambientes utilizados pela Feira de Artesanato da AAT, sendo eles: a praça, a feira, suas barracas e artefatos.

A partir do acompanhamento dia-a-dia da feira foi possível perceber e conceber uma atividade entre o Design de Ambientes e a Feira de Artesanato, com isso foi formatada uma

¹⁸ Reconhecimento dado a uma entidade sem fins lucrativos (Associação, cooperativa, Ongs entre outros), a qual é conferida o título de utilidade pública, conferido à credibilidade aos serviços por essa entidade prestada. A partir disso, tal instituição poderá reivindicar, nos órgãos competentes, isenção de contribuição destinadas à seguridade social e pagamento de taxas cobradas em cartórios, bem como imunidade fiscal. (Disponível em: [Http://observatoriodoesporte.mg.gov.br/2013/01/o-que-e-e-como-obter-o-titulo-de-utilidade-publica/](http://observatoriodoesporte.mg.gov.br/2013/01/o-que-e-e-como-obter-o-titulo-de-utilidade-publica/) Acesso em: 12 out. 2016.)

oficina desenvolvida com os associados. Tal oficina ocorreu entre setembro e outubro de 2016 e é relatada no trabalho de campo com mais detalhes no item 4.4 da dissertação.

4.3 Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra

A Feira da Associação Artes da Terra ocorre todas as sextas-feiras de 13:00 às 17:00 e aos sábados de 08:00 às 13:00 na praça Getúlio Vargas e popularmente conhecida como praça do Carneiro devido a Escola Estadual Coronel Carneiro Junior que está ao seu lado na cidade de Itajubá.

Art. 13º - A Feira de Artesanato funcionará, em princípio, às sextas-feiras, das 13:00 às 18:00 horas, e aos sábados das 08:00 às 13:00 horas.

§1º - Nas sextas-feiras as barracas são montadas na parte da manhã, sendo facultativa a presença do expositor neste período. A obrigatoriedade existe a partir das 13:00 horas.

§2º - Nos sábados existe a tolerância de 30 (trinta) minutos para o início dos trabalhos, ou seja, o expositor poderá chegar até 08:30 horas.

§3º - Os horários de final dos trabalhos devem ser obedecidos. A retirada dos produtos e desmontagem da barraca deve ser iniciada após o término do horário previsto para exposição.

§4º - O atraso na chegada para exposição na Feira de Artesanato implicará na proibição de trabalhar neste dia e será considerado como falta [...]. (REGIMENTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA, 2013).

A feira tem um caráter efêmero em sua atividade, pois ela possui horário de início e encerramento em que são desmontadas suas barracas a cada semana. Foi possível averiguar durante a inserção de campo que o horário que prevalece de término da feira é os da 17:00 horas ou quando a Artesão (ã) 25 autoriza o encerramento das atividades, muitas vezes esse procedimento acontece por causa da baixa movimentação e venda de produtos. Outro ponto observado é que na maioria dos casos, quando as faltas e atrasos são justificados, não há ocorrência do que está prevalecido nos parágrafos §2º, §3º e §4º do Art. 13º acima.

A definição de feira de artesanato será apresentada com mais detalhes no primeiro módulo da oficina realizada no 2º semestre de 2016, em que, definiu-se coletivamente o que é uma feira de artesanato em conjunto com os associados da AAT participantes da atividade.

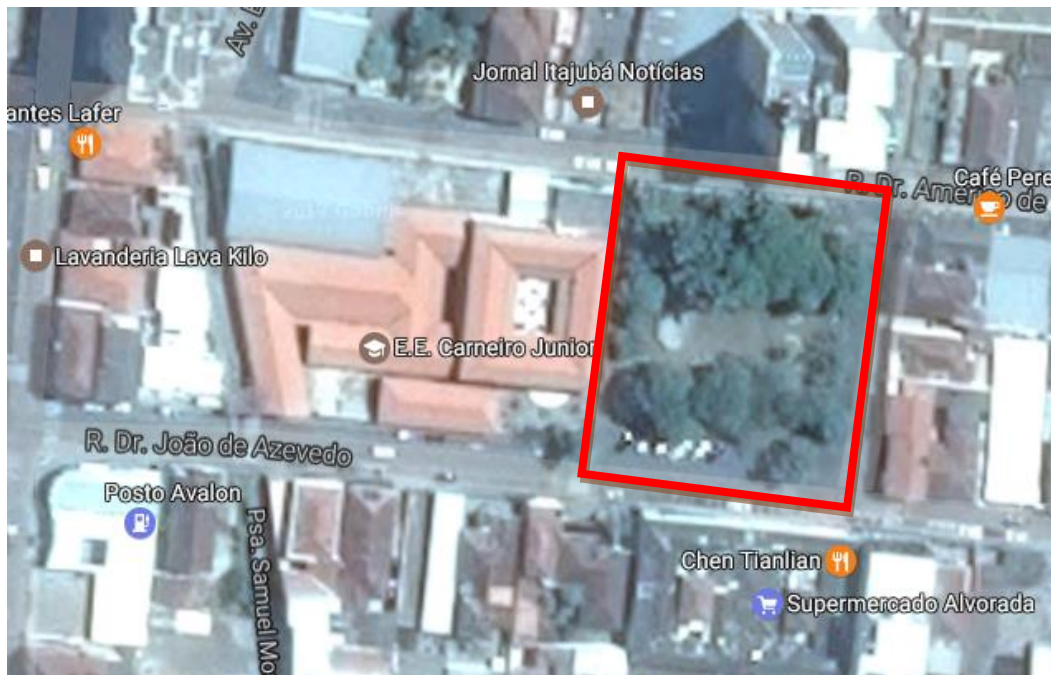
No entorno da Feira de Artesanato da AAT, tem-se – supermercado, escola, ótica, prédio residencial, lanchonetes e em suas proximidades, algumas repúblicas¹⁹, lojas de roupas, cafés, lojas de artigos diversificados (magazines), loja de artigos decorativos, um pequeno mercado *gourmet*, barbearia, bancos.

¹⁹ Moradias estudantis bastante presente na cidade.

4.3.1 A praça e a feira

O local em que é realizado a Feira de Artesanato da AAT possui um amplo espaço localizado na parte central da cidade, é importante destacar que tal localização não faz parte do maior fluxo do centro do município, porém está bem próximo a ele. A praça Getúlio Vargas (Figura 15, 16 e 17), em que na imagem 15 é apresentado o mapa de localização da praça demarcado pelo quadrado vermelho), antigamente era conhecida como praça da “cavallhada” – segundo o Coronel Diniz, pois era nela que os cidadãos ao chegarem no município amarravam seus cavalos. O seu nome foi alterado devido uma visitação realizada pelo ex-presidente Getúlio Vargas (CADERNO DE CAMPO, 10 DE OUTUBRO DE 2016).

Figura 15 – Mapa da Praça Getúlio Vargas



Fonte: Google, 2017.

Figura 16 - Praça Getúlio Vargas



Fonte: autoria própria, 2016.

Figura 17 - Praça Getúlio Vargas (vista superior)



Fonte: autoria própria, 2016.

A Feira de Artesanato da AAT é montada todas as sextas-feiras pela manhã, seu início se dá por volta de 05:00 horas da manhã, quando o responsável pela montagem chega ao local. As barracas são armazenadas na garagem da Câmara de dirigentes lojistas de Itajubá - CDL próxima a praça.

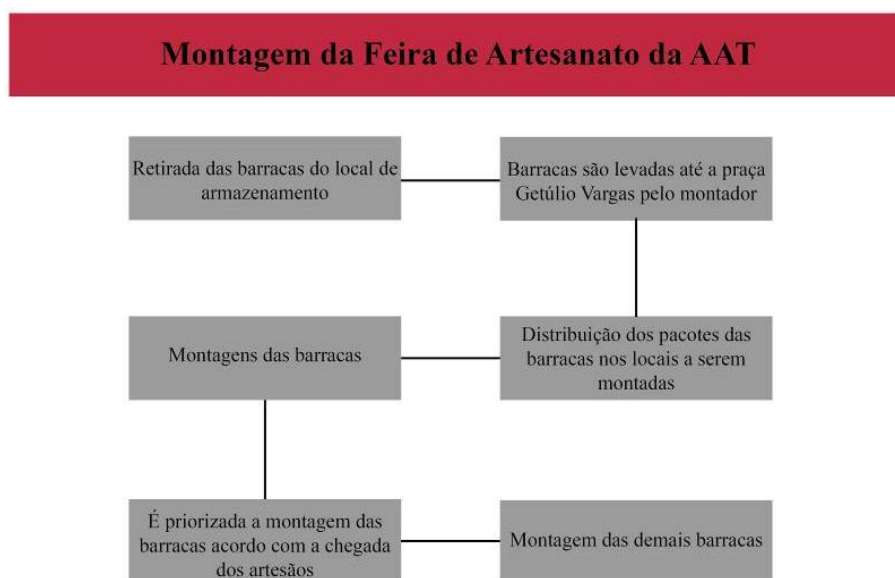
A disposição das barracas é definida pela diretoria da associação, conforme descrito em seu estatuto, “Art. 19º - A disposição das barracas no espaço físico disponível na Praça Getúlio Vargas, local da Feira de Artesanato, ficará a critério da Diretoria” (ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA, 2012).

Para a artesã 25 a feira traz uma ideia de Praça do Artesanato e para acomodação da feira no ambiente da praça Getúlio Vargas não foi realizado nenhum projeto de disposição das barracas e sua colocação foi definida pela própria associação (CADERNO DE CAMPO, 26 de junho de 2016). Já o artesão (ã) 23 diz que “feira de artesanato são barracas que o artesão coloca nessa barraca produtos feitos por ele, com as próprias mãos (CADERNO DE CAMPO, 02 de abril de 2016).

O processo pode ser acompanhado detalhadamente pelo relato do montador e a partir do organograma 2 – Processo de montagem e desmontagem da Feira de Artesanato da AAT.

“Eu pego as barracas lá na CDL, chego por volta de 15 para 5:00 horas trago para praça Getúlio Vargas em três viagens, utilizo um carrinho para carregá-las e por volta das 07:00 horas começo a montar na praça. Eu começo a montar pela alimentação e acabo alimentação e começo as de artesanato. Deixo cada uma em seu devido lugar, distribuindo tudo pela praça, levo na média de 8 minutos para cada barraca e na média de 5 horas para montar tudo” (ENTREVISTA, 16 de ABRIL DE 2016).

Organograma 2 - Processo de montagem e desmontagem da Feira de Artesanato da AAT



Fonte: elaborado pelo autor, 2016.

Para facilitar a compreensão desse processo foi elaborado um *storytelling*²⁰ - figura 18 - a partir de fotografias do passo a passo dessa montagem. Na cena 1 é mostrado o carrinho utilizado para transportar as barracas até a praça Getúlio Vargas; na cena 2 temos a distribuição das barracas pela praça; na seguinte 3 a cena de uma unidade no local onde é montada; a cena 4 demonstra o montador retirando a estrutura da barraca a ser montada; e a cena 5 e 6 o processo inicial e final da montagem.

Figura 18 - storytelling do processo de montagem da Feira de Artesanato da AAT



Fonte: elaborado pelo autor, 2016.

Durante o desenvolvimento da pesquisa de campo procurou-se compreender o posicionamento das barracas distribuídas pela praça, percebeu-se que foram montadas em frente aos bancos, em que algumas ocupavam até mesmo o local onde estão os bancos na praça, conforme figura 19.

²⁰ Ferramenta utilizada para construção narrativa de uma história por meio da ilustração.

Figura 19 - Posicionamento das barracas em 2015



Fonte: autoria própria, 2015.

Quando questionado sobre o processo de posicionamento das barracas perante a praça, obteve-se a seguinte explicação pelo artesão (ã) 25: “Não houve nem projeto, a gente reuniu e pensou em colocar desse jeito, fomos salpicando as barracas pela praça. Semana que vem mesmo eu vou mudar um pouco, irei deixar uma parte só para a alimentação (CADERNO DE CAMPO, 20 JUNHO DE 2015).

Percebe-se que os números de barracas montadas variam conforme a presença dos artesãos (ãs) no dia da feira e de acordo com a entrada de novos associados. Quando a feira possui uma grande quantidade de associados em alguns momentos essas barracas passam a ocupar o centro da praça conforme mostrado na figura 20. O número médio de barracas montadas por final de semana é de 25 unidades, porém em algumas datas específicas, como dia das mães, dos namorados e natal essa média aumenta para 35 barracas.

Figura 20 - Utilização da parte central da praça



Fonte: autoria própria, 2015.

Durante a primeira visita de campo com registro no ano de 2016 percebeu-se que as barracas tiveram seu local alterado, pois, ela passa a ocupar a extremidade oposta – figura 21. Ao questionar sobre a alteração foi relatado pelo artesão (ã) 25 o seguinte, “Isso daí é opção nossa, o banco é para as espera de ônibus, veio por parte do Luiz, nosso montador, porque a gente sempre tem essa mudança brusca mesmo. Isso daí é opção nossa mesma” (ENTREVISTA, 02 DE ABRIL DE 2016).

Figura 21 - Posicionamento das barracas em 2016



Fonte: autoria própria, 2016.

Ao questionar o responsável pela montagem da feira de artesanato conseguiu-se compreender o real motivo de alteração do lado das barracas referente ao seu posicionamento na praça.

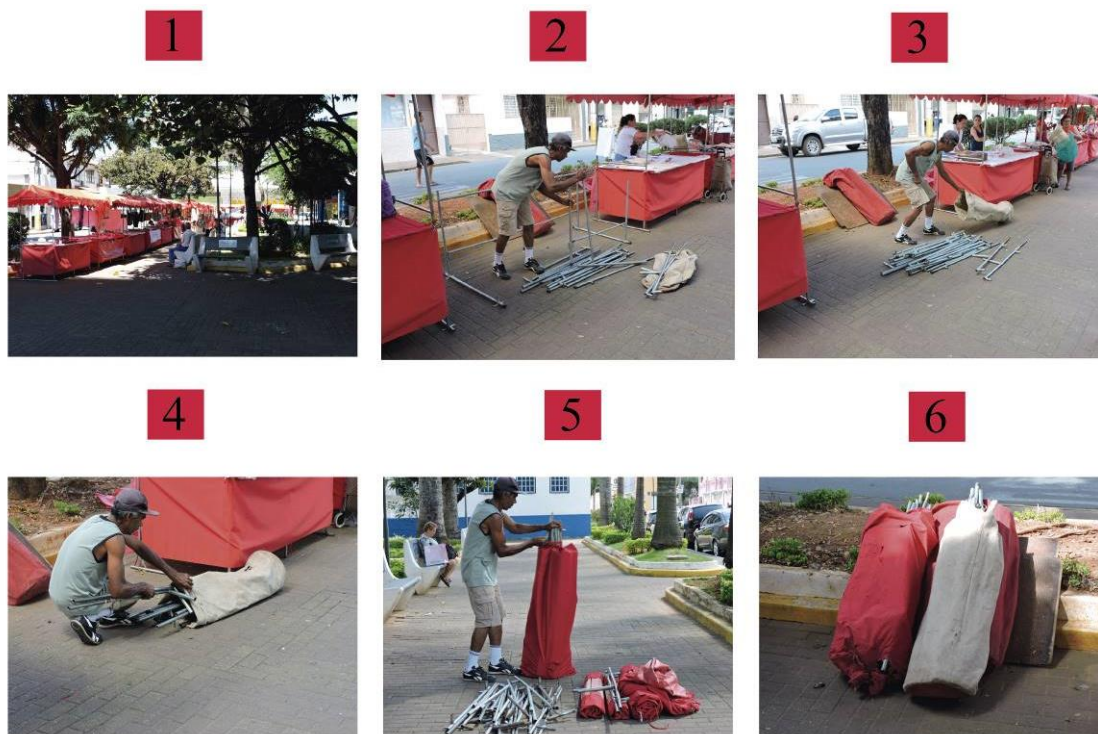
“[...] então, do lado que eles queriam, eram do lado do banco e essa era a minha briga aqui, só que agora eu testei e não vou montar mais do lado do banco, então fica mais fácil. Essa ideia partiu de mim, porque eu monto do lado do banco e lá é o lugar do povo sentar, aí vai todo mundo embora e chega a noite e o pessoal quer sentar no banco e acabam colocando os pés ou sentando em cima das barracas e isso pode estragá-las, aí eu vou falar e eles acham ruim” (VÍDEO, 16 DE ABRIL DE 2016).

O processo de desmontagem da Feira de Artesanato da AAT é similar ao de montagem, como relatado pelo montador.

“A desmontagem eu começo conforme o povo vai indo embora, eu desmonto, ensaco, pego o carinho e levo tudo para o barracão (Garagem da CDL), chego para desmontar 13:00 horas e geralmente vou até 16:30 - 17:00 horas, tenho ajuda do meu enteado e do meu sobrinho” (VÍDEO, 16 de ABRIL DE 2016).

A figura 22 ilustra o processo de desmontagem da feira. A cena 1 mostra a Feira de Artesanato da AAT completamente ocupando a praça Getúlio Vargas; na cena 2 tem-se o início da desmontagem; na cena 3 o saco onde é armazenado a estrutura das barracas; na cena 4 a estrutura sendo armazenada na sacola; a cena 5 demonstra como é fechado a embalagem antes de serem colocadas em um mesmo local para facilitar o recolhimento para ser colocado no carrinho, como retratado na cena 6.

Figura 22 - storytelling do processo de desmontagem da Feira de Artesanato da AAT



Fonte: elaborado pelo autor, 2016.

Durante a inserção nos dias de feira também acompanhou dias de ventania e chuva – figuras 23 e 24 - durante o funcionamento da feira de artesanato, pode se constar as condições do ambiente perante dificultando o dia de trabalhos dos artesãos (ãs). Os artesãos (ãs) 36 e 40 relatam as dificuldades encontradas nesses dias “É muito difícil trabalhar no dia que tem temporal, não temos estrutura para isso, as barracas não aguentam e também não temos forro apropriado, acaba que nossos produtos voam da barraca e molham muita. Quando é assim o jeito é guardar e ir embora” (VÍDEO, 26 DE SETEMBRO DE 2015).

Figura 23 - Dia de chuva



Fonte: autoria própria, 2016.

Figura 24 - Proteção utilizada em dia de chuva



Fonte: autoria própria, 2016.

Para finalizar foi realizado uma visita durante o período noturno – figura 25 onde as barracas permanecem montadas de um dia para o outro. O montador da feira também é o vigia e relata que:

Durante a noite eu tomo conta das barracas, pego 21:00 horas e vou até 08:00 horas do dia seguinte. De vez enquanto aparece uns vândalos aqui na praça, a molecada vem, desliga a luz e ficam querendo arrancar os postes, se desligar a luz fica difícil para mim olhar (VÍDEO, 17 DE ABRIL DE 2016).

Figura 25 - Período noturno



Fonte: autoria própria, 2016.

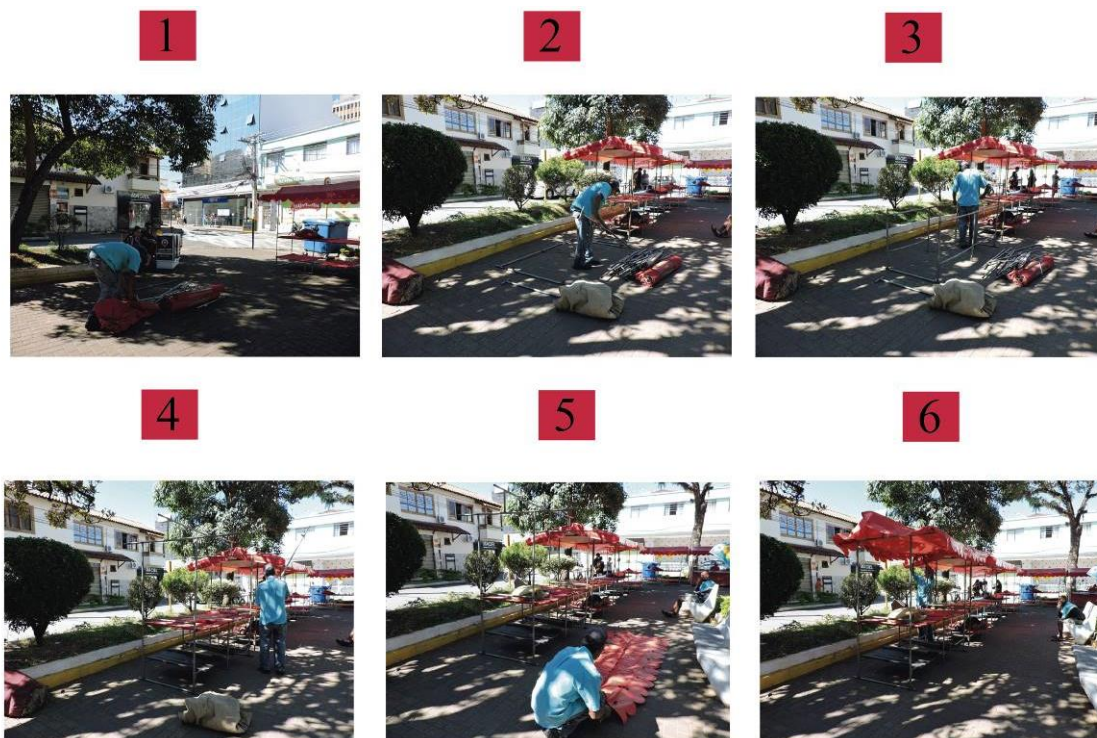
4.3.2 A feira e suas barracas

As barracas da associação AAT são padronizadas em cor, tamanho e modelo. Atualmente são dois os tipos de materiais utilizados na fabricação do artefato:

- a) Aço – foram as primeiras barracas adquiridas pela associação, na época cada associado comprou a própria, tem o peso aproximado de 50 kg/cada.
- b) Alumínio – foram as barracas doadas pela prefeitura de Itajubá, tem o peso aproximado de 25 kg/cada.

O processo de montagem das barracas está exemplificado na figura 26, em que na cena 1 tem-se o processo de desensacamento de sua estrutura; na cena 2 sua estrutura da base e disposta no piso da praça; na cena 3 com a base montada começa-se a montar a parte média de sua estrutura; na cena 4 é montado a parte superior do artefato; na cena 5 com auxílio do piso é colocado a estrutura na lona que serve como cobertura; e por último essa lona é colocada sobre a estrutura montada.

Figura 26 - Storytelling do processo de montagem de cada barraca



Fonte: autoria própria, 2016.

A barraca tem aproximadamente de 2 m² cada, o APÊNDICE A, mostra as medidas de sua estrutura. Nas imagens 27, 28 e 29 é possível ver a sua vista frontal, lateral e posterior.

Figura 27 - Vista frontal das barracas utilizada pela AAT



Fonte: autoria própria, 2015.

Figura 28 - Vista lateral das barracas utilizada pela AAT



Fonte: autoria própria, 2015.

Figura 29 - Vista posterior das barracas utilizada pela AAT



Fonte: autoria própria, 2015.

A parte posterior da barraca, como demonstrando na figura 29, possui um local para armazenamento dos produtos levados para feira como também para guardar os utensílios utilizados para transportar os produtos. Ao questionar os artesãos (ãs) se estão satisfeitos com o espaço onde comercializa seus produtos obteve as seguintes respostas (VÍDEO, 08 DE ABRIL DE 2016):

Artesão (ã) 36 - “Pra expor não tenho muito problema não, no meu caso por ser tecido e eu não preciso assim de uma prateleira, por meu tipo de trabalho não há necessidade.”

Artesão (ã) 38 – “Acho que não. Por que a barraca é vermelha? Pra chamar mais atenção, acho que é isso. Até esse nome Artes da Terra foi eu que coloquei, eu falei que todo mundo produz alguma coisa e é tudo nosso aqui da região, uai, então vamos por antes da terra, nós começamos com3 e depois o povo foi gostando e foi crescendo.”

Artesão (ã) 40 - “Não tem nada pra mudar, falta público. ”

Artesão (ã) 23 - “Na realidade eu sempre quis um espaço fechado de artesanato, sem ser barraca, acho que você expõem muito melhor, pode colocar prateleiras... Eu ainda tenho e no natal eu trago as prateleiras porque preciso expor mais produtos e no natal a gente trabalha todos os dias aí preciso ter mais variedades e maior quantidade aí não dá para colocar tudo na barraca.”

Artesão (ã) 1 - “Acredito que pra mim, tudo é o suficiente, não sinto falta de mais nada não.”

Artesão (ã) 22 – “Tinha que ser mais decorado, mudar a cor, colocar um enfeite para chamar a atenção, uma coisa diferente.”

Artesão (ã) 33 - Mais espaço, a barraca ela tem uma metragem e aí temos que trazer um determinado número de produtos, seria legal uma barraca maior para melhorar a montagem. As vezes mudo os produtos de lado um pouquinho para chamar mais atenção. Coloco os menores na frente e os maiores atrás.

A partir desses comentários conclui-se que os associados estão automatizados quanto a utilização das barracas, sua percepção já não se altera pelo tempo que fazem a mesma atividade. O trabalho de campo permitiu observar que aproximadamente 90% dos associados não utilizavam estratégias, regras ou tinham pouca astúcia ao utilizar o espaço. Pode-se mencionar que dos artesãos entrevistados sobre esse assunto, somente o artesão (ã) 22 e 33 mencionou algo relacionado a ambientação, decoração e mais espaço para exporem seus produtos.

Portanto, buscou-se compreender as características técnicas das barracas e como se dá sua utilização pelos associados da AAT e percebeu que todos utilizam a própria estrutura do artefato para exporem e auxiliarem no aumento do espaço, conforme demonstrado na figura 30 e 31 – utilização das estruturas na exposição dos produtos.

Figura 30 - Utilização das estruturas na exposição dos produtos



Fonte: autoria própria, 2016.

Figura 31 - Utilização das estruturas na exposição dos produtos



Fonte: autoria própria, 2016.

Nas figuras acima percebe-se a utilização dos canos da estrutura das barracas para amarrarem cordas, colocarem cabides e / ou mobiliários e expositores desenvolvidos para serem utilizados no ambiente.

4.3.3 As barracas e seus artefatos

Após todas as barracas estarem montadas, cada um dos espaços fica aguardando a chegada de cada artesão (ã), o associado utiliza os seguintes meios para transportarem seus produtos até a feira, como relatado por alguns (VÍDEO, 08 DE ABRIL DE 2016):

Artesão (ã) 41 - “Comprei umas caixas de feira e separo tudo dentro das caixas por numeração certinho, desde os pares de criança e possuo uma van, onde transporto os produtos”.

Artesão (ã) 9 – “Organizo assim, como o licor não estraga, quanto mais velho melhor. Eu organizo numa mala e deixo na casa da minha tia que é perto, o licor eu só trago ela da casa da minha tia pra cá. O que eu levo, trago de casa, são só as trufas, por serem perecíveis, então se eu não vendo aqui vendo em outro lugar. Depois, faltando um dia eu refaço faltando um dia e trago, geralmente faço de madrugada, quando chego da faculdade. Trago tudo na mão, as garrafas armazeno numa bolsa e quando preciso repor alguma eu trago na mochila.”

Artesão (ã) 44 – “São produzidos em casa e embalados, colocados em caixa, sempre tem alguém que ajuda a gente, dá uma carona, pra gente tá aqui atendendo o pessoal.”

Artesão (ã) 36 – “Deixo na garagem ali que guarda, e deixo guardado ali durante a semana porque eu não vendo o produto em casa, só vendo aqui e o que eu produzo durante a semana eu vou trazendo na bolsa mesmo.”

Artesão (ã) 38 – “Eu coloco, que eu tenho caixa plástica pra colocar, e eu moro longe em São José do Alegre, venho de lá pra cá. Trago na sexta e no sábado.”

Artesão (ã) 40 – “Meu esposo que traz e guardo no barracão os produtos são transportados em caixas.”

Artesão (ã) 23 – “A medida que vou fazendo vou colocando em caixas de plástico né?! Fechada, lacrada, tudo fechada né. E ali eu organizo as velas, os sabonetes e as caixas pra trazer pra cá.”

Artesão (ã) 1 – “Aí eu coloco tudo numa caixa grande, coloco no carro e venho pra cá.”

Artesão (ã) 33 – “No carrinho, e tenho um carrinho de transporte, venho a pé para feira.”

Por meio dos relatos percebe-se a diversidade de meios utilizados para transportar o produto até a feira e a adequação no transporte de acordo com o produto. O próximo passo do associado é organizar os produtos na barraca para isso acompanhou a artesão (ã) 19 na montagem do seu ambiente. Abaixo foi desenvolvido um *storytelling* – figura 32, para demonstrar o processo de utilização de montagem do ambiente. Na cena 1 tem-se a chegada da

artesã, na cena 2 e 3 a artesã termina de montar a barraca, colocando a saia na sua frente e laterais, na cena 4 a associada começa a desembalar os itens que serão expostos na bancada, na cena 5 a artesã coloca o forro branco sob a bancada e na última imagem a organização dos produtos na barraca.

Figura 32 - Storytelling exposição do artefato na barraca



Fonte: autoria própria, 2016.

A partir do *storytelling* acima é possível perceber como a cor vermelha influencia na alteração das cores dos produtos, pois a incidência solar não é barrada pelo forro disposto no teto da barraca e que o artesão (ã) leva em média cerca de 30 min durante o processo de término de montagem da barraca e organização dos artefatos.

Para compreender detalhadamente a exposição dos produtos, foi realizada uma entrevista com alguns artesãos (ãs), sobre o processo de exposição desses artefatos, sobre como ele é feito e suas necessidades (ENTREVISTA VIA VÍDEO, 08 DE ABRIL DE 2016):

Artesão (ã) 41 – “Sinto falta, mas eu mesmo vou fazer, uma telinha para colocar aqui do lado, sandália pendura, aí que vem de lá vê e quem vem de lá vê, coisa que eu mesmo vou fazer daqui uns dias. Vou fazer também um banner também, um banner maior.”

Artesão (ã) 9 – “Hoje mesmo eu colocava em uma régua, agora coloquei o papelão de baixo pra não levar tombo, mas eu pretendo mudar muita coisa ainda na disposição.”

Artesão (ã) 44 – “Tenho aqui a minha plaquinha, Bolare Itajubá que já está bem conhecido pelo facebook, então o pessoal já sabe que é nossa e a qualidade que a gente tem. Tem uma toalha na bancada e um vazinho de flor também pra dá assim uma alegria. Tenho garfinhos aqui e oferece também um cafezinho porque trago pedaços de bolo pra vender. O que falta pra expor os bolos? Tá faltando um banner, uma coisa assim que tenha melhor utilização.”

Artesão (ã) 36 – “Primeira coisa é arrumar a toalha, ajeita a toalha e a exposição vai na criatividade, tem dia que coloca de um lado e dia que coloca do outro. Coisas que dá assim pra chamar mais atenção a gente coloca na frete, coisas que dá pra pendurar pra pessoa vê melhor. Penduro com um varalzinho de uma cordinha que também utilizo no carrinho e esses ganchinhos que trouxe para pendurar, as vezes amarro também com fitilho e utilizo cabides também.”

Artesão (ã) 38 – “Tiro os produtos do carro, meu marido me ajuda e aí eu coloco minhas coisas. Vou organizando, só pano de prato e vou fazendo assim. Pra pendurar utilizo cordinha, esse elástico, cabide, pregador.”

Artesão (ã) 40 – “Não sei te responder, organizo com coisas menores na frente os maiores atrás. Vou sempre mudando, coloco num lugar e no outro.”

Artesão (ã) 23 – “Monto primeiro a barraca. Coloco a saia, coloco o Eucatex, coloco as toalhas e se tiver sol coloco esse pano na frente pra não bater sol nos produtos, aí depois vou desembalando peça por peça e organizando. Trago cestas para colocar os sabonetes, o resto e só madeira de eucaltex, e as toalhas. Coloco palha nas sextas para enfeitar e colocar os sabonetes.”

Artesão (ã) 1 – “Primeiramente vamos arrumar a barraca né! Colocando a toalha, depois viemos pondo os brincos, que é a primeira coisa que eu coloco, o anel e as pulseiras e assim vai. Tenho essa prateleira que eu coloco os corações para eu colocar os colares e cordinhas para amarrar o colar é só isso. E aqui os portas pulseiras e os brincos ficam pela taboa a fora.”

Artesão (ã) 33 – “Monto a barraca, tem a montagem, o Eucatex, tirar os produtos e organizar tudo na barraca. Nosso montador já monta a estrutura eu venho coloco a saia e o Eucatex e o tecido por cima, essa é a montagem da barraca. Os produtos organizo penduro, no varal, coloco na bancada e nas prateleiras.”

Os associados costumam utilizar vários elementos para facilitar a exposição dos artefatos e variam de acordo com a necessidade de cada produto. Percebeu-se a dificuldade de expor os elementos confeccionados por tecidos e a falta de utensílios que trabalhem altura, unidade, forma, conforme mostrado no *storytelling* abaixo – figura 33. Na cena 1 tem-se a utilização de pregadores de roupas na cor vermelho, na cena 2 o uso de cabides, na cena 3 a utilização de

um cinto para pendurar chaveiros, na cena 4 foi utilizado uma cesta com palhas para expor sabonetes artesanais, na cena 5 tem-se o aproveitamento de um gancho de plástico geralmente utilizados para pendurar ovos de páscoa e bananas em supermercado e por último o uso de prateleiras desenvolvidas para aumentar a área de exposição na barraca.

Figura 33 - Storytelling elementos utilizados para expor



Fonte: autoria própria, 2016.

Devido à falta de recursos para compra de expositores percebe-se pela figura 33 que em muitos casos ocorrem a reutilização de utensílios para exposição dos produtos, acredita-se que o reaproveitamento e a adaptação desses materiais diminuem os gastos referentes a compra de utensílios para utilizarem na exposição de seus artefatos e demonstra a criatividade e percepção de apropriação de outros elementos.

Por último foi observado o exagero de produtos colocados no espaço, conforme mostrados na figura 34 – *storytelling* exagero na exposição dos artefatos. Adverte-se que essa configuração de exagero na exposição dos produtos foi um dos pontos principais para configurar a atividade para os artesãos (ãs), outros pontos observados foram a utilização do emprego das cores, dos utensílios e a falta de movimento (altura, ritmo, equilíbrio, unidade, variedade, sinalização e informação dos produtos).

Na cena 1 apesar dos produtos estarem separados por tipo, percebe-se o exagero em cima da bancada o que pode dificultar a visão do consumidor, na cena 2 tem-se produtos praticamente em cima uns dos outros, na cena 3 é possível constatar o exagero na exposição fora que se observa elementos grandes na frente da barraca, na cena 4 o excesso de informação por artigos variados, na cena 5 a configuração tumultuada dos elementos e por último a utilização superior da barraca, onde não optou-se manter a variação por ordem de tamanho dos objetos.

Figura 34 - *storytelling* exagero na exposição dos artefatos



Fonte: autoria própria, 2016.

4.4 Oficina

Como meio de compreender mais os detalhes do dia-a-dia dos associados em abril de 2016 foi realizado uma imersão²¹ e algumas perguntas (APÊNDICE B) foram feitas aos artesãos (ãs) presentes nesses dias. A partir do minucioso acompanhamento da associação, de seus associados e da sua feira de artesanato, foi possível visualizar como se dá a inserção do Designer de Ambientes em uma feira de artesanato. Para isso foi proposto e elaborado uma

²¹ A imersão teve como proposta manter o foco em buscar alguns resultados que ainda não tinham transcorrido, para isso buscou-se acompanhar a feira de artesanato durante dois finais de semanas seguidos para conseguir as informações procuradas.

oficina dividida em 4 módulos e com duração de 2 horas e 15 min por dia, esse encontro aconteceu em 4 etapas.

- Módulo I: Definições e coletividade: um caminho a ser trabalhado;
- Módulo II: Princípios do design: Da cor a forma;
- Módulo III: Sinalização, circulação e mobiliário;
- Módulo IV: Composição de ambientes.

A oficina aconteceu por meio dos 4 módulos, pelo envio do material apresentado e discutido durante a atividade, por meio do aplicativo *WhatsApp* e do grupo criado no aplicativo para facilitar a comunicação, em que, buscou-se informar e discutir as dúvidas referente a atividade e a partir das visitas de campo após cada módulo da oficina. Todas as etapas da atividade foram filmadas e gravou-se o áudio para facilitar a transcrição e análise dos fatos.

Para beneficiar o maior número possível de participantes foi elaborado um questionário para compreender qual o melhor dia, duração e local de realização da oficina (questionário em APÊNDICE C). A partir disso foi elaborado um *flyer* para informação e divulgação da atividade (APÊNDICE D).

O objetivo da atividade veio a partir da utilização das técnicas do Visual Merchandising / Vitrinismo, tendo como intuito contribuir na melhoria do uso da criatividade na elaboração do uso dos ambientes, tanto nas questões de utilização da praça como na exposição dos artefatos. A justificativa se dá pela pesquisa sociotécnica realizada durante os períodos de 2015 e 2016 e já relatadas no item 4.3.

A partir disso desenvolveu-se a oficina de Tipologia visual para feira de artesanato e produtos alimentícios caseiro, como modo de aplicar noções básicas do Design de ambientes em uma feira de artesanato, possibilitando o uso dos elementos da área em suas configurações, lembrando-que a atividade não fez parte de projeto de extensão e não obteve nenhum recurso financeiro para sua execução.

A oficina consistiu na aplicação do visual merchandising e vitrinismo empregado a uma feira de artesanato, isso é, na exposição dos produtos comercializados pelos artesãos da Associação Artes da Terra. Como isso teve-se como proposta construir em conjunto com os participantes algumas definições a serem utilizadas para expor e comercializar os produtos. Para isso foi necessário debater sobre a composição dos produtos na barraca, unidade, cor, forma, volume, sinalização e o emprego de possíveis mobiliários que podem auxiliar na exposição desses produtos.

Acreditou-se que a oficina possibilitaria as seguintes compreensões:

- Exposições convidativas de seus produtos;
- Eficácia ao expor os produtos;
- Destaque específicos para novos produtos;
- Possibilidades de exposições diferenciadas em datas comemorativas;
- Melhoria na informação dos produtos comercializados.

Participaram da oficina os artesãos (ãs) 1, 2, 4, 6, 8, 9, 11, 13, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 26, 33, 28, 36, 39, 40 e 42, porém alguns não tiveram 100% de participação durante a aplicação da atividade. A justificativa da não participação dos outros associados, na maioria dos casos, se deu devido ao dia e horário da atividade ou por exercerem outras tarefas durante os dias da oficina.

4.4.1 Módulo I - Definições e Coletividade: Um caminho a ser trabalhado

O módulo I – APÊNDICE F, foi realizado no dia 14/09/2016 e estiveram presentes os artesãos (ãs) 13, 9, 11, 42, 19, 6, 8, 23, 40, 39, 22, 33, 4, 24, e 42. O objetivo foi de reagregar a coletividade dentro da associação e discutir algumas definições coletivamente.

De início ocorreu uma breve apresentação sobre a atividade a ser realizada e foi comentado sobre os ambientes em que a AAT está inserida, a respeito do trabalho a ser desenvolvido, focando-se no trabalho de ambientação das barracas de cada artesão (ã). Ressaltando sobre os conhecimentos dispostos por cada um dos atores envolvidos na atividade, desde a ciência do pesquisador sobre a exposição de produtos e elementos que possam ser desenvolvidos e sobre o dia-a-dia de cada artesão – figura 35 – início das atividades da oficina.

Figura 35 - Início das atividades da oficina



Fonte: autoria própria, 2016.

Vale lembrar que durante a execução da proposta buscou-se manter um trabalho de forma horizontal²² e de troca coletiva dos presentes, foi ressaltado que a oficina poderia ser modificada de acordo com a necessidade da AAT. Durante a apresentação foi mencionado pelo artesão (ã) 23 sobre a necessidade de mudança do local onde acontece a feira de artesanato.

Uma das coisas que estão pleiteando é a mudança para a praça principal [...] Onde estamos o que pega muito ali é o público, não tem público, as vezes o público passa para ir para o mercado e passa mesmo, nem olha para gente. Aquela praça não é boa, além de outros fatores ali, como o cheiro de urina muito forte entre outras coisas, então estamos pleiteando isso”. O artesão (ã) 6 complementa a fala do artesão (ã) 23 dizendo que “eles passam como se nem tivessem barraca por ali. Já o artesão (ã) 4 coloca que agora a prefeitura está comentando o que foi feito como proposta do primeiro momento, a praça principal da cidade foi reformada junto com seu entorno e o local onde estamos não passou por nenhuma alteração. O artesão (ã) 23 coloca que não existe nem projeto e intenção de uma reforma do espaço onde estão inseridos (OFICINA, 14 DE SETEMBRO DE 2016).

Em seguida aos comentários dos associados prosseguiu-se com a explicação das atividades a serem desenvolvidas e começou-se a explicar o objetivo da primeira etapa - compreender algumas ações dentro da associação, principalmente a sua falta de coletividade.

Antes do início do exercício foi passado e explicado para todos os participantes sobre o termo de autorização de uso e imagem da pesquisa (APÊNDICE E). Em seguida foi abordado sobre a questão da falta de empoderamento da AAT, o pesquisador ressaltou a importância da coletividade e como ela pode ser uma ferramenta forte para as possíveis conquistas da AAT, da necessidade de perceber as dificuldades e transformá-las em soluções. Foi mencionado pelo artesão (ã) 23 “que em reunião como prefeito ele disse que por ele está tudo bem alterarem de praça, porém que para isso era necessário ter autorização do comércio ao entorno da praça principal da cidade e isso acontecendo eles iram para lá, o artesão (ã) 6 disse que somente um comerciante não concorda com a ida da feira da AAT para o local, o artesão (ã) 23 disse que tudo foi feito e entregue para o artesão (ã) 25, que assim que toda a documentação for reunida tudo será entregue para o prefeito da cidade. Por último o artesão (ã) 23 ressaltou algumas observações caso conseguissem a alteração do local da feira “Então já estou falando com todo mundo, que quando formos para outra praça não podemos colocar plástico na barraca, não podemos ficar parecendo ciganos”. O artesão (ã) 6 questionou o

²² Proposta que presa pela simetria de seu funcionamento, isso é, de igual para igual em que todos possam aprender, propor soluções e elaborar resultados.

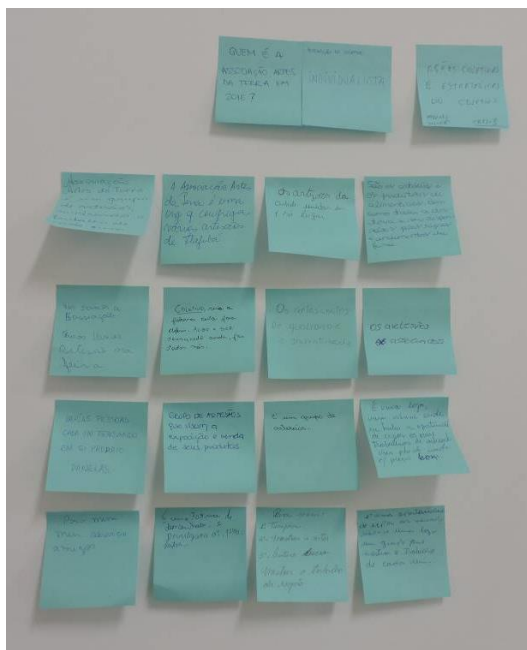
artesão (ã) 23 “como vamos fazer quando chover? ” Foi respondido pelo artesão (ã) 23 que irei te ensinar como deixar tudo arrumadinho, para não ficar parecendo cigano. Em seguida o artesão (ã) 6 questionou sobre a possibilidade de trocarem as barracas e o artesão (25) disse “Eeeeeee... isso aí vai ser difícil, cada um deve investir na sua barraca, comprar um plástico branquinho e transparente. Por último foi dito que estamos fazendo a nossa parte.

A primeira pergunta da atividade referiu-se sobre “Quem é a AAT em 2016”? Vale lembrar que antes da questão levantada foi solicitado que cada um dos associados presentes apresentasse o colega indicado pelo pesquisador. Por meio dessa atividade percebeu-se a falta de interação coletiva entre os colegas, pois a maioria não sabia dizer o nome, produto comercializado e a média de tempo de cada associado na AAT.

Ao responderem o primeiro questionamento obteve-se a seguintes respostas individuais de cada presente – figura 36 – questionamento 1 e a descrição abaixo de cada associado, deixando claro que durante o desenvolvimento da atividade optou-se pela não identificação do artesão (ã):

ATT é um grupo de artesãos mostrando o trabalho de cada um | A AAT é uma ONG que congrega vários artesãos de Itajubá | Os artesãos da cidade unidos em um só lugar | São os artesãos e os produtores alimentícios, bem como todo a diretoria e, ou responsáveis pelas regras e andamentos da feira | Nós somos a associação, temos vários artesãos na feira | Coletivo, seria a palavra certa para definir, algo a ser trabalhado ainda para todos nós | Os artesãos de qualidade e identidade | Associados | Várias pessoas e cada um pensando em si próprio | Grupo de artesãos que visam a exposição de seus produtos | É um grupo de artesãos | É uma loja, uma vitrine onde eu tenho a oportunidade de expor os meus trabalhos de artesanato, um ponto de venda com preço bom serviço e amigos | É uma forma de descansar e divulgar os produtos | Terapia, mostra de artes, futuro: lucro, mostrar o trabalho da região | É uma oportunidade de expor as mercadorias, uma loja, um grupo que mostra o trabalho de cada um (OFICINA, 14 DE SETEMBRO DE 2016).

Figura 36 - Questionamento 1



Fonte: autoria própria, 2016.

Diante desse momento ficou claro para todos os associados participantes as questões referentes a individualidade dos associados, sua falta de coletividade, como isso afeta diretamente as ações da AAT e de que jeito algumas estratégias poderiam ser traçadas para atrair clientes, como exemplo, levar atividades interativas como shows, pinturas para crianças e períodos promocionais (queima de estoque).

Em seguida solicitou que o coletivo definisse “Quem é a AAT em 2016?” Após a discussão chegaram na definição coletivamente que a AAT é uma associação individualista pois os colegas estão poucos articulados nas decisões conjuntas e ações dentro da associação. Após tal definição foi mostrado para os presentes como está definido o que é a AAT dentro de seu estatuto.

No próximo momento pediu-se que os associados propusessem soluções para resolverem as questões de individualidade, obteve-se as seguintes respostas:

O artesão (ã) 36 disse que era necessário acabar com as panelinhas, o artesão (ã) 11 menciona que deveriam ser mais unidos, já o artesão (ã) 6 menciona que deveriam comprar coletivamente os matérias para produção de seus artefatos “o junto sai barato e é bom pra todo mundo”, o artesão (ã) 33 aborda que infelizmente o grupo não possui um coletivo e que isso é o que precisa ser trabalhado “[...] Para sermos uma associação ela não pode ser individual, a nossa associação infelizmente precisa disso trabalhar o coletivo, a partir do momento que todos aprenderem a trabalhar o coletivo, todos vão aprender a trabalhar com o produto do

amigo, a comprar o produto com o amigo, vai aprender a dividir a barraca, a servi o colega que tá precisando e não brigas pequenas e coisas pequenas. O artesão (ã) 23 retorna sua fala dizendo que “são uma associação e que é que associação é algo com um único objetivo, onde todos deveriam caminhar juntos para atingir um único objetivo” (OFICINA, 14 DE SETEMBRO DE 2016). Por último propuserem que deveriam ter mais coletividade para resolverem os problemas do grupo.

Para encerrar a primeira atividade do módulo I foi mostrado aos participantes um painel de fotos com todos os associados da AAT, ressaltou-se que aquele conjunto é a AAT, que todas aquelas pessoas possuem um só objetivo e sobre a importância de se conectarem uns com os outros.

O artesão (ã) 23 comenta após a exibição do painel que muitas pessoas entram e saem rapidamente da AAT por não estarem vendendo “eles entram com uma ilusão de que vão venderem horrores, que vão ficar ricos e acabam saindo. O artesão (ã) 33 menciona que “semana passada um artesão foi a feira procurando saber como entrar na AAT, porém ele disse que o produto dele custa R\$ 125,00 uma caneca, eu peguei e disse para ele que ali ele não iria conseguir vender, que estava muito caro”. O artesão (ã) 23 menciona que em muitos casos tem associado que não vende nada durante o mês.

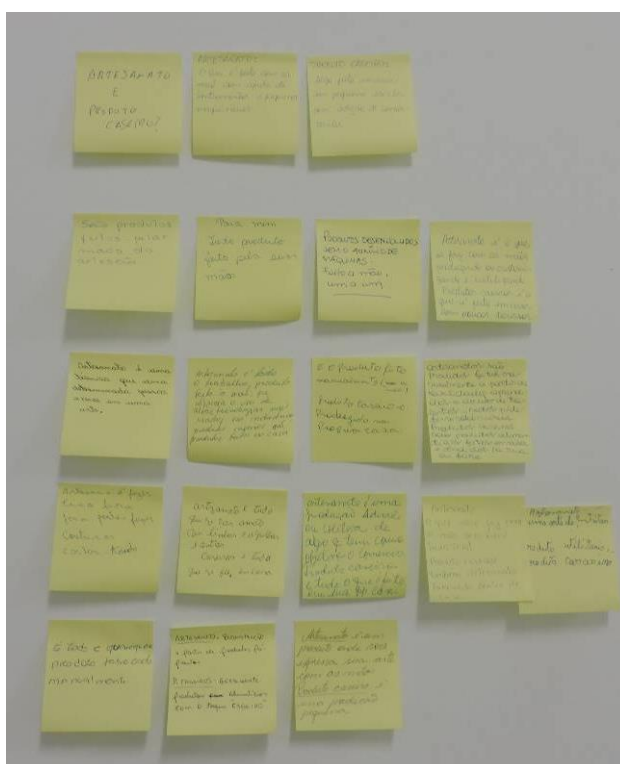
Após esse relato foi proposto pelo pesquisador que eles agissem estrategicamente, e buscassem trazer elementos que pudessem atrair mais os clientes no dia-a-dia da feira da AAT. O artesão (ã) 9 menciona que pudessem trazer atividade de entretenimento durante o dia que acontece as atividades da feira, já o artesão (ã) 33 disse que infelizmente as pessoas não colocam a mão no bolso, mas que essa seria uma solução interessante para atraírem clientes “temos que enfiar a mão no bolso e ter outros gastos para melhorarmos a feira” (OFICINA, 16 DE SETEMBRO DE 2016).

O próximo questionamento levantado foi sobre o que é “Artesanato e produto alimentício caseiro? – Figura 37 – questionamento 2 e descritos abaixo:

São produtos feitos pelas mãos do artesão | Para mim todo produto feito pelas suas mãos | Produtos desenvolvidos sem o auxílio de máquinas. Feito a mão um a um | Artesanato é o que se faz com as mãos e produzindo ou customizando e reutilizando. Produtos caseiros é o que é feito em casa com poucos recursos | Artesanato é uma técnica que uma determinada pessoas exerce em uma arte | Artesanato é todo o trabalho, produto feito à mão, que dispensa o uso de altas tecnologias mais usadas em industrias. Produto caseiro são produtos feitos em casa | E produto feito manualmente (à mão). Produto caseiro algo que é produzido em casa | Artesanato são produtos feitos manualmente a partir de habilidades aprendizados e do uso de talentos nosso para determinadas áreas. Produtos caseiros são produtos alimentícios

feitos em casa e vendidos na rua ou feira | Artesanato é fazer, costurar e cortar | Artesanato é tudo feito à mão com linhas, agulhas e outros. Produto caseiro e tudo o que se faz em casa | Artesanato é uma produção individual e coletiva de algo que tem como objetivo o comércio. Produto caseiro é tudo o que é feito em sua casa | Artesanato é o que você faz com as mãos sem meio industrial. Produto caseiro também artesanato fabricado dentro de casa | Artesanato é uma arte de enfeitar, produto caseiro, utilitário | É todo e qualquer produto fabricado manualmente | Artesanato é reconstrução a partir de produtos pré-prontos. E Produtos caseiros, geralmente produtos alimentícios com o toque caseiro | Artesanato é um produto onde você expressa suas artes com as mãos e produto caseiro é uma produção pequena (OFICINA, 16 DE SETEMBRO DE 2016).

Figura 37 - Questionamento 2



Fonte: autoria própria, 2016.

A atividade seguiu os mesmos moldes da anterior, solicitando que os participantes definissem coletivamente as questões levantadas. O artesão (ã) 19 comentou sobre o que foi lido “Interessante essa proposta, aquilo que você leu a gente falou a mesma coisa, o meu artesanato é feito dentro da minha casa, por exemplo, alguns artesanatos do Nordeste, tem indústria de artesanato. O artesão (ã) 33 mencionou que isso dito pelo artesão (ã) 19 é industrializado²³, referindo-se a certas industrializações de produtos que acabam sendo definidos como artesanato, porém possuem uma fabricação em escala e grande quantidade. O

²³ Refere-se a junção do termo industrial e artesanato.

artesão (ã) 23 diz que o produto caseiro não deixa de ser algo produzido com as próprias mãos.

Enfim, definiram que artesanato para a AAT é “o que é feito pelas mãos com ajuda de instrumentos e pequenas máquinas”, já produtos alimentícios caseiros “algo feito em casa em pequena escala sem adição de conservantes” (OFICINA, 16 DE SETEMBRO DE 2016).

Após essa definição foi questionado aos presentes se todos os produtos comercializados na feira da AAT eram artesanato e / ou produto caseiro. Os artesãos responderam que não. Em seguida questionou por que não? Foi respondido pelo artesão (ã) 23 que “Isso aí Carlos, vem desde que a feira foi inaugurada em 2001, isso aí vem desde lá de traz”. O artesão (ã) 33 propôs que não deveria mandar os artesãos (ãs) que não se enquadra na definição de artesanato ou produto alimentício embora e sim a possibilidade de ensiná-lo (a) a fazer algum artesanato dentro do que é comercializado pelo associado. Ressaltou que “Nós hoje estamos buscando recursos de fora e que na hora que viesse alguém de fora visitar a feira, isso não seria alcançado, nossa feira ela não lê o que ela escreve, ela não segue o que está escrito”. A discussão foi encerrada para dar continuidade a atividade e foi proposto que isso fosse discutido dentro das reuniões da AAT. (OFICINA, 16 DE SETEMBRO DE 2016).

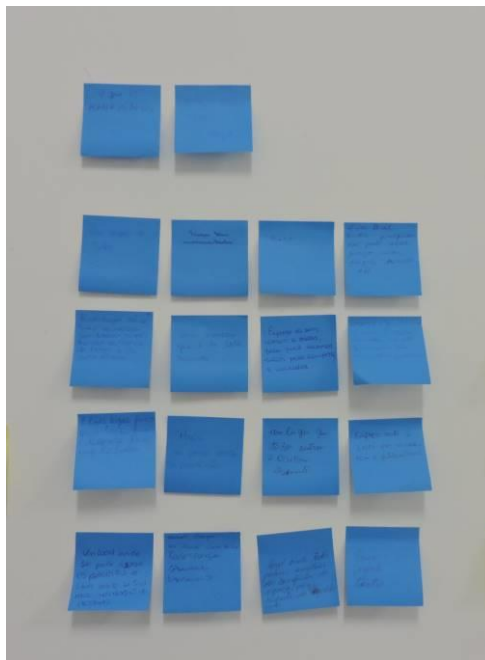
A partir desse momento ficou claro para o pesquisador que cada associado sabe quais os artesãos (ãs) que não fabricam seus produtos ou que acabam revendendo algo. Vale lembrar que isso foi notado durante a inserção de campo e obteve-se a resposta somente no primeiro módulo da oficina.

Em seguida perguntou-se o que é “Espaço Público?” - figura 38 – questionamento 3, a questão colocada teve como objetivo discutir sobre a relação da associação, feira de artesanato e da praça onde é realizada a atividade. O intuito disso foi conscientizar sobre a importância do espaço público presente na AAT e para demonstrar que o espaço e de todos, tal atividade foi inserida a partir da vontade de conquistarem um novo local sede para a feira de artesanato.

Praça bem movimentada | Praça, esporte, teatro | Um lugar de todos | Espaço para todos, praça | Praça | É um local onde qualquer um pode usar, praça, rua, parque, avenida etc. | É um lugar social, que é dividido com todos, respeitando as regras do local e de convivência | Um espaço que é de todo mundo | Espaço de bem comum a todos pelo qual devemos zelar pela limpeza e cuidados | Espaço público é um lugar aonde existe transito de muitas pessoas | É todo lugar físico ou virtual que é designado para uso de todos | Praça, um local aberto a população | Um lugar que todos entram e ocupam livremente | Espaço onde é livre para atividades com o público (povo) | Um local onde se pode expor os produtos e também onde se tem movimentação de pessoas | Uma praça ou uma rua onde todos possam

circular livremente | Local onde todos podem usufruir dos benefícios do espaço, porém respeitando ao próximo (OFICINA, 16 DE SETEMBRO DE 2016).

Figura 38 - Questionamento 3



Fonte: autoria própria, 2016.

A partir da atividade percebeu-se que o espaço público é entendido pelos artesãos (ãs) em muitos casos com “praça e espaço para todos” em seguida questionou o porquê de pensarem esse ambiente dessa forma? Foi comentado pelo artesão (ã) 23 “que é o espaço onde todo mundo sempre vai, que nem sempre todo mundo vai fazer compra e que para praça vai”. Diante tal comentário, foi salientado que essa definição poderia ser um forte aliado ao solicitarem a alteração do local de funcionamento da feira da AAT.

Por último foi perguntado sobre o que é feira de artesanato? Figura 39 – questionamento 4. E sobre as disposições das barracas na praça Getúlio Vargas. No primeiro momento foi definido o que é uma feira de artesanato pelos participantes e a segunda proposição acabou não sendo discutida.

Um lugar onde são expostos e vendidos os artesanatos | É um grupo de artesãos e de produtores caseiros reunidos num espaço público com o objetivo de divulgar e vender seus produtos finais| É um conjunto de várias barracas que expõem seus trabalhos para vender | É um espaço ocupado por grupos onde expõem seus produtos feitos à mão e em casa | Local destinado à exposição de produtos feitos à mão | Feira de artesanato é aonde encontramos produtos artesanais e caseiros | Feira

de produtos diferenciados um a um, as vezes reciclado ou personalizado | Venda de produtos artesanais | Onde as pessoas expõem seus produtos | Grupo de pessoas onde expõem seus produtos, para serem conhecidos e vendidos | Um local onde vende produtos fabricados pela mão um a um sem o uso de grandes maquinários | É um evento realizado para expor é vender o artesanato local (OFICINA, 16 DE SETEMBRO, 2016).

Figura 39 - Questionamento 4



Fonte: autoria própria, 2016.

Após a atividade o pesquisador ressaltou a dificuldade de definir o que é uma feira de artesanato e comentou que tal definição não foi encontrada, porém optou-se por defini-la a partir da ideia de feira livre. Foi dito aos associados que uma feira de artesanato não é somente um local de venda e exposição de produtos e sim um local de relações sociais.

Após toda a discussão no primeiro dia de atividade foi passado para os participantes uma tarefa de casa, a proposta foi refletirem sobre como seria uma feira de artesanato e produtos alimentícios caseiros ideal.

Portanto, acredita-se que o primeiro momento da oficina possibilitou reagregar o coletivo dos associados presentes, alguns artesãos (ãs) comentaram sobre a importância da atividade e solicitaram via WhatsApp a participação de todos na oficina, pois aquele era o momento de discutirem e aprenderem.

4.4.2 Módulo II - Princípios do design: Da cor a forma

O módulo II – APÊNDICE G da oficina – figura 38, foi realizado no dia 21 de setembro, estiveram presentes os artesãos (ãs) 1, 2, 36, 9, 10, 4, 8, 25, 23, 13, 39, 22, 33 e 28. A atividade começou com uma pequena revisão das discussões anteriores e em seguida a discussão da tarefa de casa. Como resultados da tarefa de casa foram apresentadas as seguintes discussões.

Figura 40 - Participação dos artesãos (ãs) na oficina



Fonte: autoria própria, 2016.

Para o artesão (ã) 23 uma feira de artesanato ideal seria que todos caminhassem na mesma direção e unidos, onde todos pudessem ter uma boa venda e sucesso. A partir disso o artesão (ã) 4, comentou que uma ideia interessante a ser trabalhada seria a de melhorarem a saia da barraca, utilizando tecidos coloridos e texturas. Esses foram os únicos questionamentos apresentados a partir da tarefa de casa.

O objetivo da segunda etapa foi trabalhar elementos que contribuíssem na utilização de criação das composições dos ambientes da Feira de Artesanato da AAT a partir de discussões que possibilitassem a percepção do conteúdo apresentado (conforme descrito na metodologia).

Durante a apresentação do conteúdo na etapa sobre cor houve interferência de dois artesãos (ãs), quando foi mencionado sobre a influência da cor vermelha na modificação dos produtos. Ao mostrar a alteração da cor em um pano de prato de um dos associados – figura 39, o artesão (ã) 4, sugeriu como solução utilizarem lonas de alumínio para diminuir o efeito do vermelho e melhorar o conforto térmico. Foi comentado pela mesma que a sugestão veio

de uma das artesãs da outra feira presente na cidade de Itajubá. Por último foi ressaltado pelo pesquisador que essa seria uma solução plausível para evitar a alteração de cor dos produtos da feira de artesanato da AAT e foi mostrado a influência da cor vermelha nos produtos – Figura 41e 42 (OFICINA, 21 DE SETEMBRO DE 2016).

Figura 41 – Cor e alateração do produto



Fonte: autoria própria, 2016.

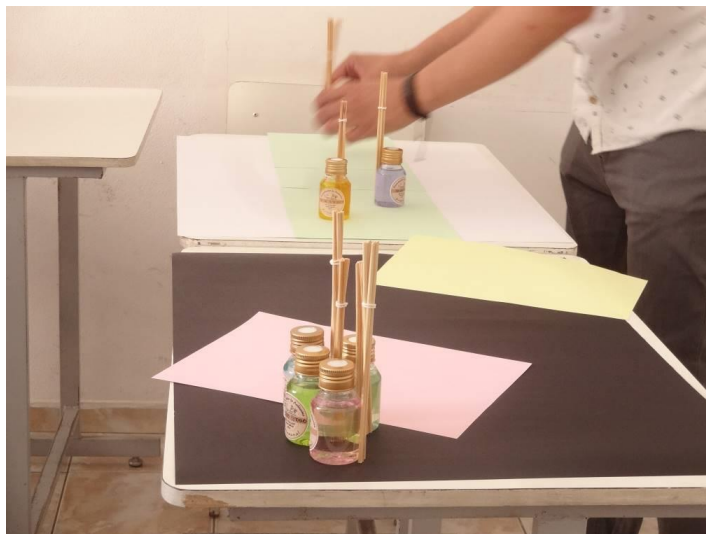
Figura 42 - Influência da cor vermelha nos produtos



Fonte: autoria própria, 2016.

Após a explanação dos itens citados acima, foi apresentado aos artesãos (ãs) a influência da cor, para isso utilizou-se folhas coloridas e o artesão (ã) 4 levou alguns de seus produtos para que esses testes fossem realizados – figura 43.

Figura 43 - A influência da cor na alteração dos produtos



Fonte: autoria própria, 2016.

O trabalho consistiu em utilizar as folhas brancas e pretas para mostrar através dos vidros da figura 43, como o produto tem sua cor alterada. Por exemplo, ao colocar os vidros na folha preta a cor do produto é escurecida, ao botar na folha amarela o produto sofre influência daquela cor.

O artesão (ã) 25 questionou como poderia utilizar as cores quando a barraca é florida, como exemplo. Foi mencionado pelo pesquisador para irem realizando alguns testes, desse modo tentando compreender como será a melhor forma de apresentação. O artesão (ã) 39 comentou que realmente o vermelho influência muito na cor dos produtos “ele tira a cor dos produtos da gente mesmo”, foi posto como solução empregar o uso da forma, unidade e altura, o mesmo artesão mencionou que o ideal seria tirar o vermelho e trabalhar com cores mais claras para ressaltar os produtos, então foram sugeridos usarem cores neutras, como o cru, cinza, o tecido juta.

Como atividade final do módulo III – figura 44, consistiu na aplicação do conteúdo apresentado, foi feito um exercício prático para trabalhar a junção dos elementos. Os associados presentes foram divididos em 4 grupos para desenvolverem a atividade de composição em uma cartolina a partir dos elementos disponibilizados (fitas coloridas, folhas coloridas, canetas coloridas, missangas, tecidos diversos, cola, tesoura, post-it, e linhas coloridas diversas).

Figura 44 - Desenvolvimento da atividade



Fonte: autoria própria, 2016.

Os resultados apresentados foram os seguintes, grupo 1 formado pelos artesãos (ãs) 1, 4, 13 e 23 contextualizou sua apresentação a partir do uso das formas, padronagens e utilização de linhas verticais e horizontais em sua composição, segundo o grupo a ideia foi de trabalhar a partir do artesanato produzido por cada um dos participantes, dando destaque a sobreposição de tecidos no elemento que contém a padronagem (esboço azul com texturas floridas e detalhe em branco) – figura 45.

Figura 45 - Resultados apresentados pelo grupo 1



Fonte: autoria própria, 2016.

O grupo 4 formado pelos artesãos (ãs) 25, 11, 33 apresentou como resultado elementos diversificados relacionados a produção de seu artesanato, foi mencionado pelo artesão (ã) 25 a utilização de simetria em algumas composições no papel – figura 48.

Figura 48 - Resultados apresentados pelo grupo 4



Fonte: autoria própria, 2016.

Acredita-se que essa atividade possibilitou o emprego básico da utilização das formas, linhas e cores, principais referências observadas e em alguns momentos comentadas pelos grupos.

Por último foi passado a tarefa de casa a ser discutida no módulo seguinte:

- A partir dos elementos apresentados esboçar, rabiscar e criar composições que possam ser utilizadas em sua barraca.
- Observar como as pessoas circulam pela feira de artesanato e como observam os produtos expostos e comercializados na sua barraca.

4.4.3 Módulo III – Sinalização, circulação e mobiliário

O módulo III - APÊNDICE H, foi realizado no dia 28 de setembro de 2016 e consistiu na discussão sobre informação, como as pessoas circulam pelo espaço da praça e o que poderia ser desenvolvido para ajudarem a expor os produtos. Estiveram presente os artesãos (ãs) 36, 10, 33, 4, 6, 18, 8, 1, 13, 24, 22 e 39.

A atividade iniciou com uma pequena revisão do módulo II e em seguida foi questionado aos artesãos (ãs) o porquê do não desenvolvimento da tarefa de casa, percebeu-se a dificuldade devido ao tempo disponível e pela incerteza no processo de esboçarem a suas

ideias. O artesão (ã) 6 disse ter pensado em desenvolver algo tipo um varal para expor panos de prato, sendo o único a levar alguma proposta relacionada à tarefa de casa do módulo II.

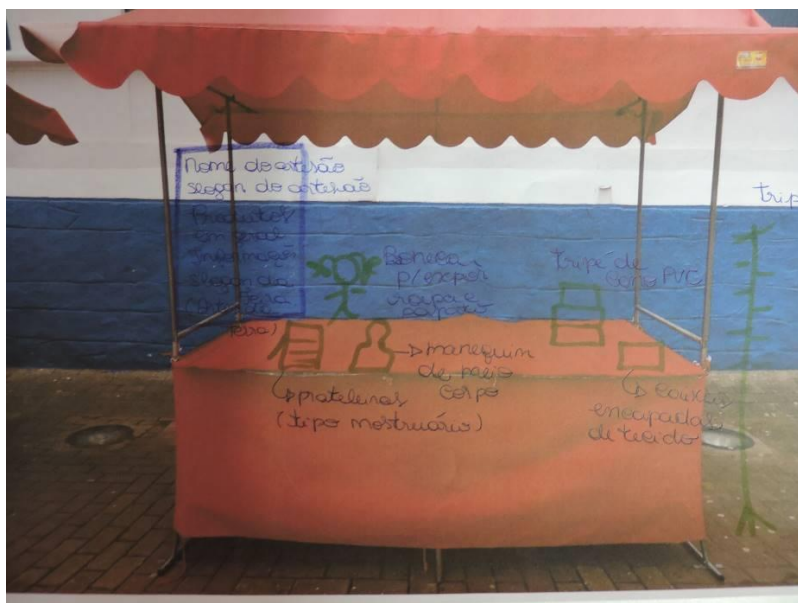
Em seguida foi solicitada a opinião do pesquisador quanto a cor da camisa da AAT pelo artesão (4), foi mencionado que a cor ideal não seria a vermelha pela quantidade de informação presente nessa cor. O artesão (ã) 33 ressaltou que foi proposto para alguns comerciantes da cidade em patrocinar a nova camiseta, onde a parte de traz da camiseta estariam as marcas dos patrocinadores. Adiante disso, foi dito pelo pesquisador sobre a possibilidade dos próprios artesãos (ãs) fabricarem a suas camisas por meio da técnica de estêncil.

O objetivo da atividade foi de trabalhar elementos relacionados a circulação, sinalização e mobiliários ou expositores presentes na feira de artesanato.

Após a apresentação do conteúdo foi realizada uma atividade com intuito de propor uma padronização de sinalização para feira de artesanato da AAT e o desenho de possíveis mobiliários a serem utilizados. Foram formados três grupos e os resultados serão apresentados abaixo.

O grupo 1 foi composto pelos artesãos (ãs) 13, 24, 1 e 18, apresentaram como proposta o banner na latera como o nome do artesão, produtos em geral, logo da AAT, em contatos. Para expor os produtos cada um busco colocar o que utiliza geralmente em seu dia-a-dia como: bonecas para roupas de crochês, tripé para expor bolsas e produtos de tecidos, prateleira como mostruários, manequim e podes e caixas encapados com tecidos – figura 49.

Figura 49 - Proposta do grupo 1



Fonte: autoria própria, 2016.

O grupo 2 foi composto pelos artesãos (ãs) 4, 11, 33 e 36 a proposta foi da utilização de um banner lateral com nome do artesão, tipo de produto, logo da AAT, marca do artesão. Durante a apresentação não foi comentado pelo grupo sobre a possibilidade e uso de mobiliários a pesar de terem feitos alguns esboços na figura 50.

Figura 50 - Proposta do grupo 2



Fonte: autoria própria, 2016.

O grupo 3 foi composto pelos artesãos (ãs) 6, 8, 22 e 39, a proposta apresentada manteve a ideia de um banner na lateral da barraca com as informações do artesão, numeração, e-mail, produtos, logo da AAT e a distribuição de elementos que auxiliam a exposição, tal como, varal, prateleira, suporte e cabides – figura 51.

Figura 51 - Proposta do grupo 3



Fonte: autoria própria, 2016.

Após a apresentação dos grupos foi dito pelo pesquisador sobre a possibilidade de desenvolver esse banner lateral para a AAT, o artesão (ã) 33 disse que essa ideia é interessante por não atrapalhar as atividades de cada um, porém que não deveria ser numerado pela grande quantidade de entrada e saída de associados e que deveria pensar em seu posicionamento de forma que não atrapalhe a barraca do colega ao lado.

Para finalizar foi passada a tarefa de casa - A partir da temática NATAL, desenvolver uma proposta de modificação da exposição dos produtos em sua barraca, lembre-se de procurar elementos decorativos de acordo com o tema.

4.4.4 Módulo IV – Composição de ambientes

O módulo IV – APÊNDICE I, foi realizado no dia 17 de outubro de 2016, buscou-se trabalhar todos os elementos discutidos anteriormente possibilitando essas aplicações na composição de ambientes, isso é, a organização, projeto, ambiência e estratégia na exposição dos produtos. Para isso foi dito sobre a importância estratégica e da possibilidade de criar algumas tipologias para facilitar a exposição dos produtos.

O último dia de oficina começou com um questionamento do artesão (ã) 1 sobre os associados que não compram suas próprias barracas após 6 meses de participação na AAT, foi comentado que quando os associados eram obrigados a comprarem suas barracas após o período e isso diminuía a entrada e saída de artesãos (ãs), em seguida o mesmo abordou que

isso está no estatuto e não vem sendo cumprido. O artesão (ã) 6 em seguido mencionou o caso de um associado que está na AAT a 4 anos e até hoje não possui sua própria barraca, conseqüentemente aconteceu a fala do artesão (ã) 36 onde foi dito que o estatuto não é cumprido não só nessa questão como em outras também, em seguida conclui-se com a necessidade de alterar o estatuto de acordo com o funcionamento da AAT hoje, onde, deve-se levar em conta as atuais necessidades dos associados.

O artesão (ã) 1 mencionou que o estatuto foi reformado por ele é pelo artesão (ã) 23, que a intenção da reforma no ano de 2012 foi o de deixar o estatuto de acordo com as leis vigentes para que pudessem dar entrada no requerimento de utilidade pública na cidade de Itajubá. Em seguida comentou-se que na feira da AAT hoje tem mês que se paga para trabalhar que anos atrás conseguia-se vender aproximadamente R\$ 2.000,00 e que hoje não passa de R\$ 500,00, “Estamos sobrevivendo na feira para ajudar o pessoal a tocar a feira, realmente está difícil manter, você tem despesas com isso, principalmente quando o pessoal vai participar de feira em outras cidades”. O artesão (ã) 6 disse que em participação a uma feira fora da cidade conseguiu-se vender R\$ 780,00 ” (OFICINA, 17 DE OUTUBRO DE 2016).

Diante desse caso o pesquisador posicionou mostrando a quantidade de associados que entraram em saíram nesse um ano de pesquisa e foi dito para tentarem reunirem com todos que fazem parte da AAT para tentarem chegar em um consenso sobre as demandas atuais, que essa proposição deveria acontecer coletivamente e por meio da discussão. Posteriormente, foi falado sobre as atividades desenvolvidas durante a oficina e deu-se início nas discussões sobre tipologias.

A primeira tipologia a ser discutida foi a Clean (limpa), onde pediu-se para os presentes definirem como seria essa proposta. Foi mencionado pelo artesão (ã) 6 que seria algo com pouca coisa, mais leve, suave, mais clara e com poucas informações. Já o artesão (ã) 36 disse que a linha e forma utilizada nessa tipologia seria reta e simples de ser observada. Após as falas dos dois artesãos (ãs), foi comentado pelo pesquisador que essa proposta tem pouca informação onde não apresenta muito esforço em sua observação, sem a presença de curvas. O artesão (ã) 6 citou como exemplo a proposta de apresentação do artesão (ã) 41 – figura 52.

Figura 52 - Exemplo de tipologia clean na Feira de Artesanato da AAT



Fonte: autoria própria, 2016.

A próxima tipologia comentada foi a de data comemorativa, caso bem presente dentro da AAT, pois suas principais datas de vendas como já mencionado são: Dia das Mães, Dia dos Namorados e Natal. O artesão (ã) 23 disse que essa proposta vai de acordo com a data, onde busca-se colocar elemento referentes aquela data, por exemplo, natal, elementos vermelhos e verdes, árvores de natal, papai Noel entre outros. O artesão (ã) 6 disse que nessas épocas costuma-se alterar a saia das barracas – figura 53.

Figura 53 - Saia modificada em datas especiais na Feira de Artesanato da AAT



Fonte: autoria própria, 2016.

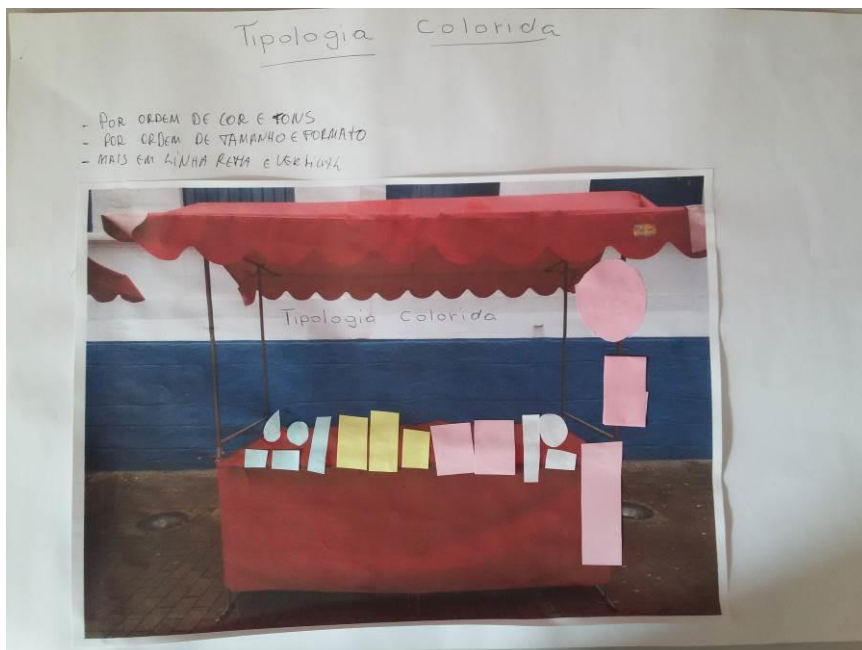
Por último o artesão (ã) 23 ressaltou que “teve uma época que todos enfeitaram suas barracas no natal, porém é muito difícil, pois chove e venta muita nesse período, cada um enfeita do jeito que dá” (OFICINA, 17 DE OUTUBRO DE 2016). O pesquisador questionou os participantes qual seria a solução para o problema, foi comentando pelos participantes que o ideal seria ter um forro adequado ao intemperismo da época.

A última proposta tipológica apresentada foi sobre elementos carregados, pois, em alguns casos foi mencionado pelos associados que é interessante ter muitos produtos expostos em suas barracas, uma vez que, chama a atenção dos clientes. O artesão (ã) 36 e 23 comentaram que é algo com muitos elementos e informações, em seguida o artesão (ã) 6 disse que é uma tipologia com muitos produtos, muitas coisas e cores. O artesão comparou esse tipo de orientação a barraca do artesão (ã) 24 porém o associado não organiza de modo efetivo seus produtos. Em seguida foi apontado pelos artesãos (ãs) 6, 23 e 36 que “se deixar a barraca vazia, você não consegue vender nada, não é pra deixar a barraca naquela confusão toda não. É sempre importante você trazer uma novidade e trocar os produtos de lugar, se deixar sempre as mesmas coisas não vende não!” (OFICINA, 17 DE OUTUBRO DE 2016).

Para encerrar a discussão foi proposto pelo pesquisador que a partir do uso de muitos elementos, tentarem organizar os artefatos por tipo, como exemplo, para facilitar a procura de algo específico aos consumidores.

Após a proposta das três tipologias discutidas, teve-se como primeira atividade solicitar aos participantes que criassem algumas tipologias, para isso dividiu-se a turma em dois grupos. O grupo 1 composto pelos artesãos (ãs) 23, 36, 10 e 18 apresentou como resultado a tipologia colorida – figura 54, segundo a equipe as definições são dadas por ordem de cor e tons, formato e tamanho, utilização de linha reta e vertical, porém o ponto principal é organizar por cores em escalas.

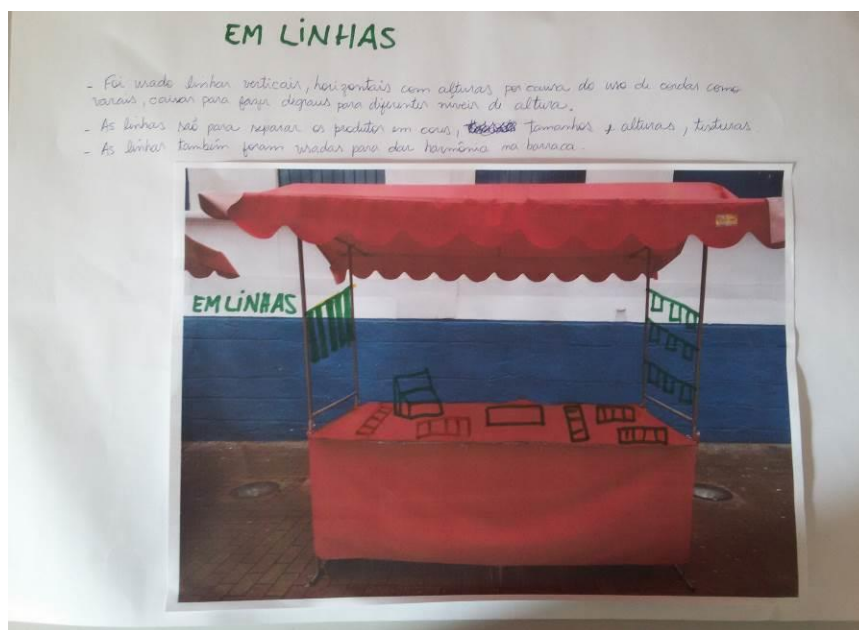
Figura 54 - Tipologia colorida desenvolvida pelo grupo 1



Fonte: autoria própria, 2016.

O grupo 2 composto pelos artesãos (ãs) 6, 1, 39 e 22 propuseram a tipologia em linhas, como resultado tem-se a utilização de linhas verticais e horizontais para comporem a exposição dos produtos, como exemplo, através das cordas que são utilizadas para carregar os materiais – figura 55.

Figura 55 - Tipologia em linhas desenvolvida pelo grupo 2



Fonte: autoria própria, 2016.

Após o término da apresentação dos grupos foi comentando pelo pesquisador que a partir da ideia de ambos será tentando desenvolver essas tipologias e apresentada na cartilha que será entregue no final da pesquisa.

A última atividade da oficina teve como proposta a partir dos elementos levados pelos artesãos (ãs) desenvolver uma composição com aqueles produtos, as peças utilizadas foram: expositor e artefatos para bebês desenvolvido pelo artesão (ã) 39, caminho de mesa feitos pelo artesão (ã) 10, panos de pratos, *necessaries* em tecidos e cesta em bambu cedidos pelo artesão (ã) 6 e um caixote de feira e uma sacola em tecido levadas pelo pesquisador.

A primeira composição montada – figura 56, teve como objetivo, segundo os participantes, organizar os produtos por tipo, sendo eles: produtos para bebês e crianças, produtos para cozinha e utilitários do dia-a-dia, o caixote de feira foi utilizado para dar altura e mostrar o trabalho feito pelo artesão (ã), sendo assim, destacado o bordado.

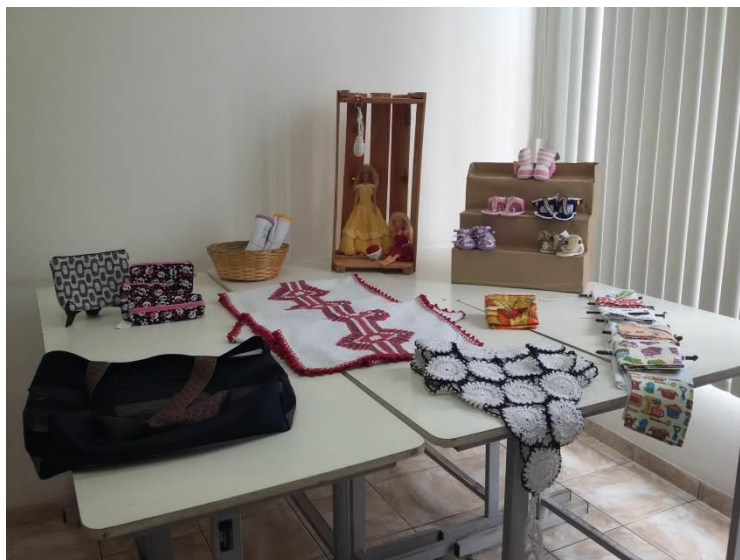
Diante da não utilização interna do caixote de feira, foi solicitado aos participantes que utilizassem a área interna do caixote, como solução foi apresentada a composição – figura 57, onde, separou os elementos por produtos para crianças, para cozinha e utilitários.

Figura 56 - Proposta de composição 1



Fonte: autoria própria, 2016.

Figura 57 - Proposta de composição 2



Fonte: autoria própria, 2016.

Após essa atividade foi encerrado a oficina, onde foi feito os agradecimentos aos participantes.

4.4.5 Resultados da oficina

Após o módulo II o artesão (ã) 26 começou a elaborar seus produtos a partir da escala cromática mostrada na atividade do dia 21 de setembro de 2016, foi enviado via *WhatsApp* pela mesma a aplicação do uso esquemático das cores primárias em um artefato infantil – figura 58.

Figura 58 - Desenvolvimento de artefato infantil a partir da uso esquemático das cores primárias



Fonte: Artesão (ã) 26.

Posteriormente ao módulo III percebeu-se novos resultados, o artesão (ã) 39 enviou via *WhatsApp* o expositor que estava desenvolvendo – figura 59 – Desenvolvimento de expositor. As cenas 1 e 2 mostram o processo da estrutura desenvolvida pelo associado (a) 39, foi mencionado pelo mesmo que o material utilizado são caixas achadas em uma loja, uma delas foi aberta e emendada na outra, utilizou-se um papelão para realizar o fechamento na parte de baixo e na lateral, a cena 3 e 4 são testes feitos pelo artesão (ã) para dar acabamento no expositor, a cena 5 demonstra a aplicação e uso do produto, e por último tem-se a utilização do expositor criado pelo artesão (ã) na barraca durante a feira da AAT no dia 21 de outubro de 2016.

Figura 59 – *Storytelling* desenvolvimento de expositor



Fonte: Elaborado pelo autor a partir das imagens enviadas pelo Artesão (ã) 26.

Em pesquisa de campo no dia 21 de outubro de 2016 percebeu-se a aplicação da oficina realizada feita por 6 artesãos (ã), – figura 60 são eles 1, 6, 13, 22, 36 e 39, na ambientação de suas barracas. Foi comentado por eles que ainda estão realizando testes para ver o que realmente funciona (CADERNO DE CAMPO, 21 DE OUTUBRO DE 2016).

A cena 1 mostra a alteração realizada pelo artesão (ã) 1, onde encontrava-se papeis laminados em suas prateleiras trocou-se pela cor marrom, pois o papel laminado rebatia a cor

vermelha e alterava muito as cores dos produtos, a cena 2 o artesão (ã) 6 utiliza duas toalhas como meio de organizar e separar os tipos de artefatos comercializados e uma cesta para expor panos de pratos, na cena 3 tem-se um expositor desenvolvido pelo artesão (ã) 6 a partir do uso de barbante e tubo de plástico, na cena 4 a utilização do expositor criado pelo artesão (ã) 39, na cena 5 a composição criada pelo artesão (ã) 22 a partir da utilização de duas caixas de pizza e do tecido juta e por último a utilização de um expositor de toalhas para cabeça na barraca do artesão (ã) 13.

Figura 60 - Alterações realizadas a partir da oficina



Fonte: autoria própria, 2016.

Os Artesãos 6 e 22 mencionaram que após utilizarem expositores para colocarem seus produtos conseguiram vender alguns produtos que ali estavam dispostos, segundo as mesmas esse recurso contribui muito para mostrar ao consumidor os artefatos comercializados (CADERNO DE CAMPO, 21 DE OUTUBRO DE 2016).

Durante o dia 29 de outubro de 2016 o artesão (ã) 19 solicitou ajuda para desenvolver uma estratégia expositiva de seus produtos, durante o final da feira da AAT alguns testes foram realizados e apresentados na figura 61. A cena 1 mostra a utilização de cordas e pregadores de roupa na fixação dos produtos na lateral da barraca, a utilização dos pregadores

tornou-se necessária não somente para sustentar o artefato, mas para dar segurança em relação ao vento constantemente presente na praça, a cena 2 exhibe os produtos colocados sobre o tecido juta como meio de tentar destaca-los e na cena 3 tem-se a composição de mais uma fileira dos produtos e a utilização de um recuo para não sobressaltar os elementos, criando assim um respiro entre os produtos.

Figura 61 - Teste na exposição de produtos de tecidos

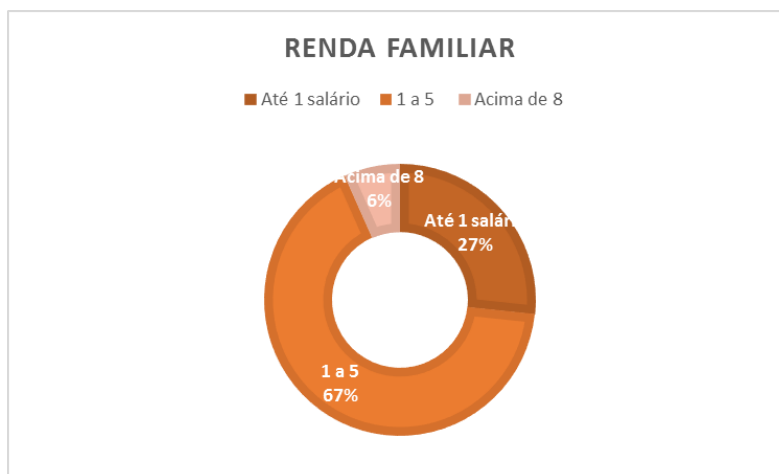


Fonte: autoria própria, 2016.

Durante o mês de dezembro de 2017 foi realizada a avaliação final relacionada as alterações proporcionadas pela inserção do Designer de Ambientes durante a oficina realizada. Foram entrevistados 15 participantes da oficina – apêndice J – questionário da entrevista.

No primeiro momento buscou-se compreender o quadro socioeconômico dos participantes da atividade. Quando foi perguntado sobre a renda dos participantes obteve-se os seguintes resultados:

Gráfico 1 - Renda Familiar

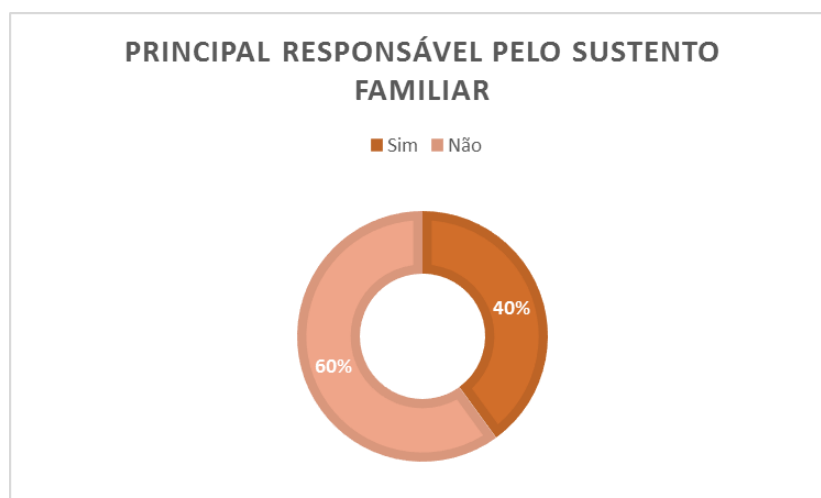


Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

Percebe-se que a maioria dos associados participantes da oficina possuem de 1 a 5 salários mínimos como renda familiar, deixando claro, que tal renda é constituída por todos os familiares residentes em uma mesma casa.

Em seguida perguntou-se ao artesão (ã) se ele (a) é o principal responsável pelo sustento familiar, obteve-se as respostas do gráfico 2

Gráfico 2 - Sustento Familiar

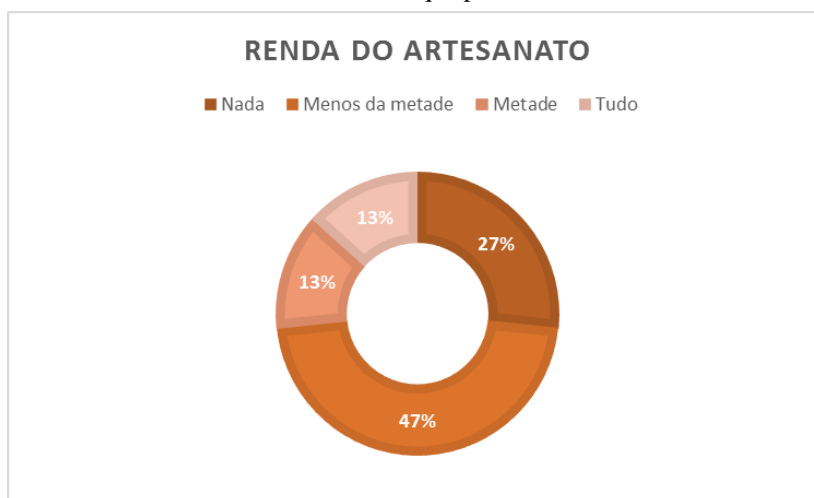


Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

Com isso percebe-se que a maioria dos artesãos (ãs) participantes da atividade são os principais responsáveis pela renda familiar em sua casa, porém existe uma controvérsia a ser demonstrada no gráfico 3.

Posteriormente perguntou-se quanto da renda familiar provem do artesanato, isso é, da venda realizada na feira da AAT. É importante lembrar que em muitos casos os artesãos costumam comercializar seus produtos fora da feira da AAT e trabalham por encomenda.

Gráfico 3 – Renda que provém do artesanato

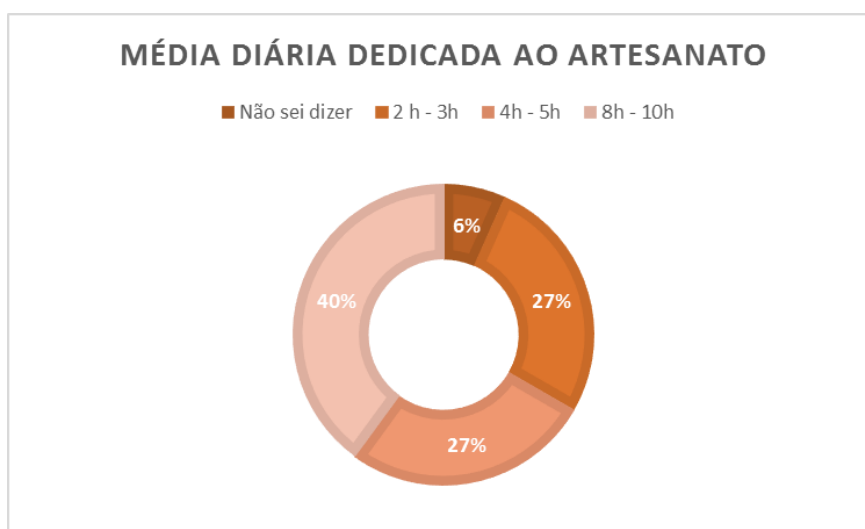


Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

Comparando o gráfico 1, 2 e 3, principalmente as informações de principal responsável pelo sustento familiar e renda que provém do artesanato é possível inferir que grande parte dessa renda ou provém de outros benefícios, como: aposentadoria, trabalho em outros momentos ou pela comercialização de seus produtos em casa, pois, 47% menciona que não recebe nenhuma renda do artesanato.

Ao questionar os artesãos (ãs) que respondessem sobre o tempo que se dedica ao artesanato diariamente percebeu-se uma grande controvérsia, pois em grande parte acabavam mencionando as horas dedicada a atividade sem terem certeza, ou por tempo semanal, o por dia, mas sem especificar o certo o tempo da atividade durante o dia.

Gráfico 4 - Tempo dedicado ao artesanato por dia



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

Esses dados possibilitam inferir sobre a falta de planejamento e gestão do tempo utilizados em suas atividades no dia-a-dia, o que interfere na elaboração do preço de seus serviços.

As questões seguintes levantadas foram referentes a produção de cada artesão (ã) e para isso foi perguntado o tempo gasto para elaborar cada peça, a quantidade de peça produzida por mês, o gasto médio por peça, margem de lucro média e quantidade de peças vendidas no mês na feira de artesanato da AAT – Tabela 4.

Tabela 4 - Informações sobre a produção artesanal dos participantes da oficina

Produção artesanal						
Artesão (ã)	Quantidade de peças produzidas em média por mês	Tempo médio de produção por peça	Gasto médio com matéria-prima por peça	Margem de lucro médio por peça	Quantidade de peças vendidas em média por mês	Considera justo o valor de comercialização do seu produto?
1	60 peças	30 min	Depende da peça	50%	20 - 50	Sim
2	10 peças	30 min	Não sei dizer	Não sei dizer	Não sei dizer	Não
4	10 min por frasco	10 min cada	3.000 - 4.000 para 3 meses	100% - 200%	60 - 40	Sim
6	20 por dia	8 min - 2h	2,00 - 50,00	150%	60 peças	Sim
8	40 - Dependendo do modelo	1 h - 4 h	Não sei falar	100%	40 peças	Sim

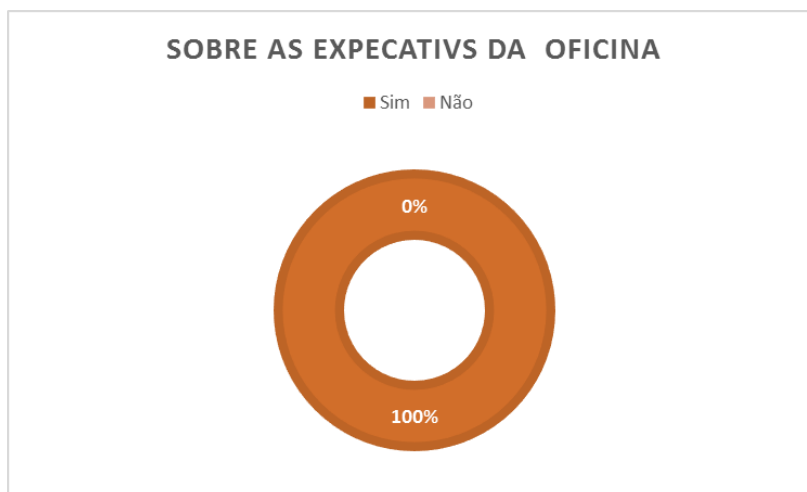
9	100 peças	1 peça 15 dias para ficar pronto.	6	100%	10 peças	Sim
10	20 - 30 Peças	2-3 dias bordado.	30	20%	Tem mês que nada (20 a 30 peças em época de festa)	Não. Se colocar um preço justo não vende.
13	20 por dia	30 min - 2h	5,00 - 20,00	10% - 20%	Só sei dizer o valor em dinheiro mensalmente	Não, preço baixo para vender lembrancinhas, se colocar um valor justo não vende nada.
19	18 por semana	3 dias	7,5	100%	10 peças	Sim
22	25 peças	40 min	20	50%	90	Não, as pessoas não dão valor, maioria que compra é gente de fora.
23	20 peças	2h - 4 h	100,00 - 300,00	50%	5	Sim.
24	Não sei dizer	1h-3h	Não sei dizer, não contabilizo nada	50% - 60%	Não sei dizer.	Não, se for caro não vende.
26	20 - 30 peças	5h - 2 dias	10,00 - 40,00	10%	7	Não. Se coloco o valor que vale não consigo vender.
39	10 pares	2 h	2	40%	5 pares	Não, poderia ser mais caro pelo trabalho e tempo gasto, a cidade não tem base para isso, não valoriza.
40	20 peças	15 min	Não sei dizer	20%	05	Não, se mais caro, não vende

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

A partir das informações coletadas, mais uma vez, é demonstrado a dificuldade e organização dos artesãos (ã) da AAT que participaram da oficina, pois, não possuem um bom controle das questões levantadas e acabaram demonstrando dúvida ou estipulando a quantidade. Vale lembrar que em alguns casos o tempo de produção, custo e margem de lucro variam de acordo com a peça produzida. Outro ponto importante nessas respostas são as observações relacionadas a baixa venda de produtos e a justificativa pelo atual cenário econômico brasileiro.

No segundo momento foram abordadas questões referentes a dinâmica de funcionamento da oficina. A primeira pergunta referiu-se sobre as expectativas de participação na oficina em que foi perguntado – A oficina atendeu sua expectativa?

Gráfico 5 - Expectativas da oficina

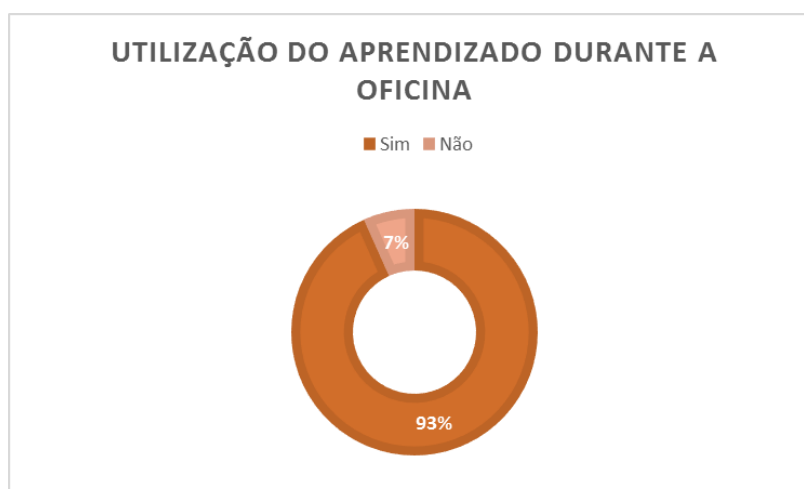


Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

Todos os artesãos (ãs) que participaram da oficina responderam que sim como mostrado no gráfico acima. Alguns comentários foram feitos após a pergunta, para o artesão (ã) 1 a atividade contribui “ajudou a veros as necessidades e aprender a expor os produtos de um jeito melhor, já o artesão (ã) 4 disse que “ainda não consegui colocar tudo em prática, acedeu uma luzinha para fazer a mudanças, porém coletivamente é complicado e a ferramenta para isso foi passado” – sobre a discussão no módulo 1.

Posteriormente foi perguntado ao artesão (ã) se havia aplicado o conteúdo apresentados e discutidos durante a oficina.

Gráfico 6 - Utilização do conteúdo da oficina

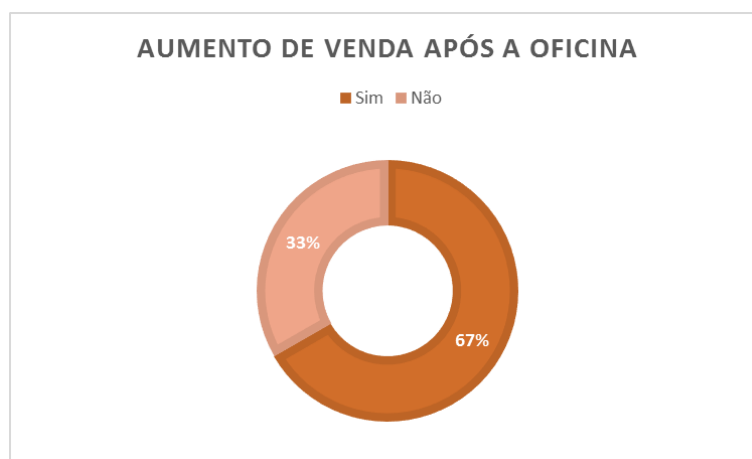


Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

Alguns comentários também foram feitos pelos artesãos (ãs) referente à pergunta. Para o artesão (ã) 8 ao responder que não, justificou que “ainda não tive tempo de colocar em prática”, o artesão (ã) 7 “Sim, tentei organizar, cada dia mexo com alguma coisa, coloco por tipo de produto hoje em dia”. É interessante mencionar que em muitas das respostas sobre a questão foi possível perceber o impacto da oficina relacionado as aplicações de cores, volume, altura e padronização ao expor o produto, como exemplo, por tipo, cor, tamanho e utilização de expositores.

Quando questionados se a alteração de como expor os produtos na barraca aumenta a venda dos produtos obteve-se os seguintes dados:

Gráfico 7 - Sobre o aumento de vendas após a oficina



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

Os artesãos (ãs) que disseram que não justificaram a resposta dizendo que a vendas estão bem fracas e um deles referiu-se isso a atual crise econômica brasileira. O restante que respondeu sim, menciona que a alteração na exposição do produto contribui para melhoria da visualização dos possíveis clientes e que o produto se destaca quando inserem algum elemento e/ou recurso para expô-lo.

É por último, perguntou-se sobre quais foram as contribuições da oficina, apresentados na tabela 5, abaixo:

Tabela 5 - Contribuições da oficina

Artesão (ã)	Quais as contribuições da oficina para você?
1	
2	Ideia de composição de produtos
3	Ajudou-me a entender que organização se faz necessária para conseguirmos alcançar sucesso
4	Aprendizado, tirei dúvidas de coisas que não imaginava. Ex.: sol nos produtos e alteração das cores
5	Expor os produtos de maneira mais organizada e combinação de cores
6	Exposição
7	Informação, aprendizado
8	Organização por produto foi bem marcante na oficina
9	Vídeos, experiência com outras feiras, decoração e caixas de madeira
10	Arrumação e distribuição das peças na banca e como não atumultuar os elementos
11	Apreendi a organizar melhor as coisas e alterar as cores
12	Alteração sobre formas, coletividade e produto
13	Além de conhecimento prático e soluções
14	Esclarecimento de muitas pessoas e participação na associação
15	Pensar em maneiras de dispor a mercadoria e pensar nas cores

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

A última etapa da aplicação do questionário final, referiu-se ao proponente da atividade, tabela 6.

Tabela 6 - Sobre o proponente da oficina

Artesãos (ãs)	Sobre o proponente da oficina			
	O papel do pesquisador ofertante da oficina foi de:	Houve clareza nas explicações dadas pelo pesquisador?	Os slides apresentados nos módulos da oficina contribuíram para seu aprendizado?	Observações
1	Mediador	Sim. Bom entendimento	Sim. Boa organização, esquema de cores	Temos que ter muita paciência, acho que é a crise.
2	Facilitador, gostei do jeito que foi explicado, sempre bom ter ideias diferentes e mostrar isso	Sim	Sim, visualização e ideias de montagem	Feira de Economia Solidária é o que está salvando - relacionado as vendas
3	Facilitador.	Sim, foi feito o que foi proposto para nós. Caminho e dialogo.	Sim, de maneira relevante, aprendemos e estamos tentando aplicar vosso passo a passo ensinado	***
4	Professor, pelo jeito de explicar, de expor e pela mostra com exemplos	Sim, utilização de recurso dos slides	Sim, pelo que foi mostrado	Poderia ter mais oficinas

5	Facilitador, aprendia a compreender o que queria passar	Sim, pelo modo de explicar, uso de exemplos e dinâmica para aplicar o conteúdo	Sim	***
6	Consultor	Sim, soube explicar bem	Sim	***
7	Facilitador, pelas orientações dadas	Sim, sabia o que tínhamos que entender	Sim	Dificuldade de escrever nas dinâmicas da oficina
8	Facilitador, mostrou coisas que ajudou a abrir a visão sobre exposição e o que atrai o olhar das pessoas	Sim	Sim, ainda não coloquei em execução e tentei algumas coisas	Feira de está vendendo mais, aqui na feira não está valendo a pena
9	Professor, tudo foi passado e ensinado	Sim, boa explicação e deixou a gente a vontade para as perguntas	Sim	Poderia ter mais oficinas
10	Facilitador, explicou muito bem, parece que você entendeu muito bem o nosso propósito	Sim, boas explicações e tirou dúvidas	Sim, visualização ajuda a guardar mais	***
11	Facilitador, por mostrar posicionamentos novos	Sim, boa explicação e atenção de barraca em barraca	Sim, pois posso pesquisar nos slides, ficou como se fosse uma apostila	Queria que continuasse, mais encontros e mais detalhes
12	Consultor, opinar sobre a exposição dos produtos	Sim, demonstrou ser sempre sensível nas dúvidas e na proposição dos esclarecimentos	Sim, exemplos práticos	Muito bom, não é fácil chegar num grupo como o nosso e colocar algumas ideias, a coisa funciona melhor quando estamos todos juntos
13	Mediador, foi pego os principais defeitos da feira e posto através de soluções	Sim, muito fácil de assimilar, conteúdo pensado de uma maneira simples	Sim, bem informativo e com bastantes exemplos	Estudo das cores foi o ponto chave da oficina
14	Facilitador, pesquisa contextualizada na AAT	Sim, bom posicionamento, questionamentos e explicações	Sim	Aprendi a olhar as companheiras de forma diferente
15	Professor, ensinou muito bem o conteúdo de maneira clara para o bom entendimento	Sim, tudo o que foi exposto, foi explicado e mostrado o correto, muita clareza	Sim, na posição das mercadorias, coes, explicação sobre alturas	Foi curta demais, mais tempo para explicações e um oficina só de cores.

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da entrevista, 2016.

A partir das opiniões expressadas na tabela 6 pode-se verificar os erros e acertos para realizar-se trabalho em uma associação de artesanato, pois esses dados contribuem para elaboração de novas oficinas, como exemplo, a utilização dos recursos dos slides, seguidos de imagens e exemplos relacionados ao dia-a-dia do feirante.

Acredita-se que os erros são: solicitação para escreverem nos *posts its*, pois algumas pessoas mais velhas sentem dificuldade, caderno de processos que não foi desenvolvido por

cada artesão (ã) participante, devido à dificuldade de expressar suas ideias no papel e exploração do conteúdo em mais dias, ou seja, maior duração da atividade.

Já os acertos são: pouco tempo de duração da atividade, exemplos visuais e práticos durante o desenvolvimento da oficina e possibilidade de interação entre as teorias e propostas, isso é, execução daquilo que foi apresentado, o trabalho participativo e/ou coletivo que foi desenvolvido, pois em conversa com o artesão (ã) 25 em fevereiro de 2017 descobriu-se que a associação está organizando uma reforma em seu estatuto para se tornar condizente a suas necessidades atuais.

Portanto, mesmo com pouco recurso e disponibilidade da maioria dos artesãos (ãs) foi possível desenvolver uma atividade de caráter interativo com os associados, em que, possuiu como intuito contribuir na melhoria da exposição e apresentação dos artefatos desenvolvidos pelos artesões (ãs) da AAT.

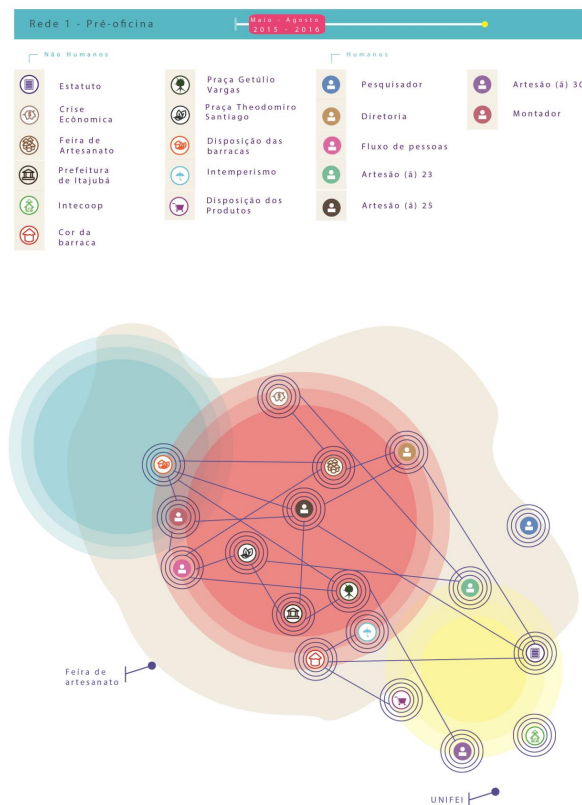
5. SÍTENSE DOS RESULTADOS: CARTOGRAFANDO O TRABALHO DE CAMPO

O trabalho de cartografia da pesquisa consiste em mostrar visualmente as narrativas construídas ao longo do trabalho de campo e as interações formadas por fatores humanos e não-humanos. Devido a quantidade e complexidade das informações, optou-se por apresentar nos atlas as relações observadas como relevantes diante a movimentação da rede. Outro fator que contribuiu para tal decisão foi a percepção da quantidade de informações presentes quando se estuda espaço como o ambiente, pois não estamos lidando diretamente com apenas um artefato, e sim, com vários contidos dentro daquele espaço.

5.1.1 Rede 1 – pesquisa de campo pré-oficina

A rede 1 – Apêndice K e figura 62, foi estabelecida como momento pré realização da oficina, em que, buscou-se compreender em quais ambientes a pesquisa estava inserida, os atores participantes e as controvérsias geradas.

Figura 62 - pesquisa de campo pré-oficina



Fonte: Desenvolvido pelo autor com base nas pesquisas de Lima (2016) e Veiga (2016).

Na rede 1 constam as seguintes mediações:

- Treze relações de alta intensidade:
 - Artesão (ã) 23 – Crise econômica,
 - Feira de artesanato – Disposição das barracas,
 - Feira de artesanato – Diretoria,
 - Feira de artesanato – Fluxo de pessoas,
 - Diretoria – Artesão (ã) 25,
 - Artesão (ã) 25 – Disposição das barracas,
 - Artesão (ã) 25 – Montador,
 - Artesão (ã) 25 – Prefeitura,
 - Estatuto – Artesão (ã) 25,
 - Exposição das barracas – Montador,
 - Fluxo de pessoas – Praça Getúlio Vargas,
 - Praça Getúlio Vargas – Prefeitura,
 - Prefeitura – Praça Theodomiro Santiago.
- Três relações de média intensidade:
 - Disposição dos produtos – feira de artesanato,
 - Montador – Exposição das barracas,
 - Montador – Fluxo de pessoas.
- Cinco relações de baixa intensidade:
 - Crise econômica – Feira de artesanato,
 - Artesão (ã) 25 – diretoria,
 - Artesão (ã) 25 – Estatuto,
 - Fluxo de pessoas – Montador,
 - Crise econômica – Artesão (ã) 23.

E os seguintes movimentos:

- Um movimento intermediário (AT):
 - Estatuto que ainda não havia passado pelo momento de discussão com os associados que participaram da oficina,
 - Exposição dos produtos que nesse momento era observado somente pelo pesquisador.
- Um movimento de controvérsia(EM):

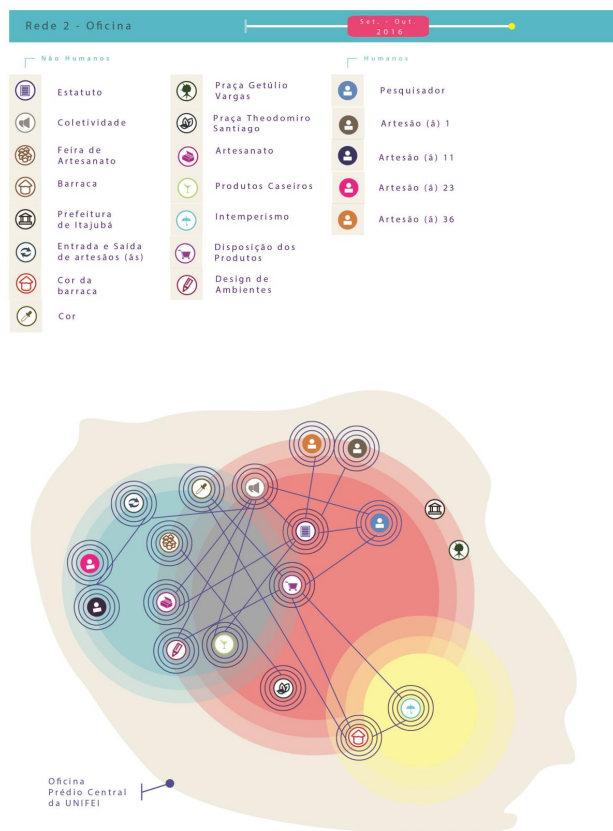
- O movimento foi gerado em cima do artesão (ã) 25 que possibilitou a inserção do pesquisador e a maioria das informações pertinentes a associação, seu funcionamento, participantes e desejo de alteração do local da feira de artesanato.
- Um movimento de cristalização(MC):
 - Foi acompanhado a estabilização quanto a exposição das barracas na praça Getúlio Vargas.

Percebe-se que na rede 1 o artesão (ã) 25 é um forte mediador nas relações que acontecem nesse momento, outro fator levantado são as controvérsias levantadas diante ao estatuto, como artesanatos que são comercializados que em alguns momentos não são fabricados pelos associados e a concentração na tomada de decisões na diretoria. Nesse momento o pesquisador foi colocado fora da rede por estar ali como um observador e tentar não influenciar a rede, ou seja, o intermediário.

5.1.2 Rede 2 – Oficina

A rede 2 – Apêndice K e figura 63, foi estabelecida pelo período compreendido no desenvolvimento da oficina: Tipologia visual para feira de artesanato e produtos caseiros, a oficina possibilitou colocar em confronto algumas questões já levantadas diante o trabalho de campo e a partir da discussão ali existente compreender se as questões visualizadas anteriormente poderiam ser estabilizadas e quais as novas controvérsias seriam geradas.

Figura 63 - Rede 2: Oficina



Fonte: Desenvolvido pelo autor com base nas pesquisas de Lima (2016) e Viega (2016).

Na rede 2 constam as seguintes mediações:

- Dezesesseis relações de alta intensidade:
 - Estatuto – Coletividade,
 - Estatuto – Artesanato,
 - Estatuto – Produtos caseiros,
 - Estatuto – Artesão (ã) 36,
 - Estatuto – Pesquisador,
 - Disposição dos produtos – Pesquisador,
 - Disposição dos produtos – Intemperismo,
 - Disposição dos produtos – Barraca,
 - Disposição dos produtos – Oficina,
 - Disposição dos produtos – Cor,
 - Cor – Barraca,
 - Barraca – Intemperismo,

- Barraca – Feira de artesanato,
- Feira de artesanato – Praça Theodomiro Santiago,
- Coletividade – Oficina,
- Coletividade – Produtos caseiros.
- Uma relação de média intensidade:
 - Entrada e saída de artesãos (ã) – Artesão (ã) 11 e 23
- Três relações de baixa intensidade:
 - Estatuto – Artesão (ã) 1,
 - Pesquisador – Estatuto,
 - Coletividade – Entrada e saída de artesãos (ã).

E os seguintes movimentos:

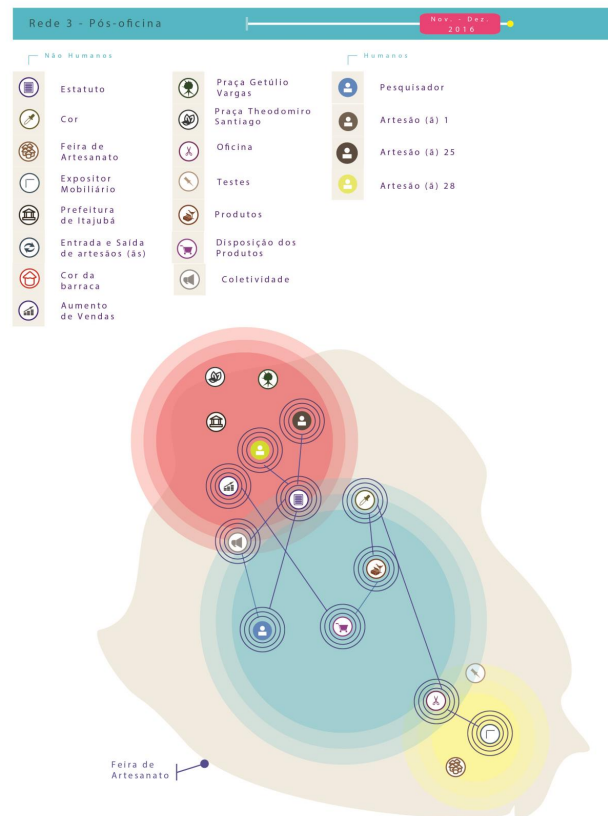
- Um movimento intermediário (AT):
 - As questões relacionadas ao intemperismo, chuva, sol e vento que afetam diretamente a exposição dos artefatos e alteração de suas cores ficaram limitadas ao conceito de feira de artesanato em uma praça pública, onde a alteração dessa configuração poderia alterar o formato.
- Um movimento de controvérsias (EM):
 - O movimento de controvérsias foi gerado muitas vezes por meio das colocações descritas no estatuto da associação, em que, provocou os participantes a definirem novamente alguns conceitos dispostos no estatuto da associação. Nesse momento é percebido o quanto o estatuto torna-se um interesse do coletivo e a sua falta de discussão entre os associados. Vale deixar claro, que todas essas discussões do estatuto agem diretamente na cor da barraca, exposição do produto, associados que não comercializam artefatos produzidos por ele.
- Um movimento de cristalização (MC):
 - A oficina serviu como intuito de deixar os próprios atores ali presentes para definirem algumas questões abertas, nesse momento fica perceptível o fechamento de algumas controvérsias que se abriram e fecharam durante a atividade.

Essa rede torna perceptível as discussões inerentes ao estatuto da associação e a falta de conhecimento por parte de seus associados, assim como a provocação e modificação da mediação do pesquisador.

5.1.3 Rede 3 – Análise e resultados da oficina

A rede 3 – Apêndice L e figura 64, pretende confrontar as questões discutidas durante o trabalho de campo e como meio de percepção das alterações provocadas diante a inserção do pesquisador na rede.

Figura 64 - Análise e resultados da oficina



Fonte: Desenvolvido pelo autor com base nas pesquisas de Lima (2016) e Viegas (2016).

Na rede 3 constam as seguintes mediações:

- Oito relações de alta intensidade:
 - Estatuto – Artesão (ã) 25,
 - Estatuto - Coletividade,
 - Estatuto – Pesquisador,
 - Pesquisador – Coletividade,
 - Aumento de vendas – Disposição de produtos,
 - Produtos – Disposição dos produtos,
 - Oficina – Cor,

- Oficina – Expositores.
- Duas relações de média intensidade:
 - Estatuto – Artesão (ã) 28,
 - Disposição dos produtos – Produtos.
- Duas relações de baixa intensidade:
 - Pesquisador – Estatuto,
 - Disposição dos produtos – Aumento de vendas.

E os seguintes movimentos:

- Um movimento intermediário (AT):
 - Está relacionado a oficina que foi realizada e avaliada, nesse momento as controvérsias geradas estão associadas a não aplicação de alguns participantes.
- Um movimento de controvérsias (EM):
 - Acredita-se que o aumento de vendas os artesãos (ãs) 25 e 28 estejam nesse momento como mediadores nas questões referentes a reforma de estatuto.
- Um movimento de cristalização (MC):
 - O movimento de cristalização observado está presente na possível reforma do estatuto e as mudanças que serão geradas, acredita-se que haverá maior coletividade/participação dos associados referentes a gestão da associação.

Para o pesquisador ficou claro que como ator não-humano o estatuto da associação serviu como grande provocador e já como ator humano, além do pesquisador, o artesão (25) como influenciador na tomada de decisões dentro da AAT e a sua falta de abertura em discussões, principalmente quando se observa a rede 1.

Nesse momento fica perceptível que o estatuto da associação está em um momento de transição entre – controvérsia e cristalização, acredita-se que isso é devido a sua reforma que está acontecendo durante o ano de 2017, antes das novas eleições que serão convocadas em junho/julho.

Crê, que a alteração nas exposições dos produtos feitas pelos participantes na oficina provoque uma melhoria em suas vendas, porém ao realizar a pesquisa socioeconômica percebe-se que não é possível inferir veracidade, pois em alguns casos observa-se a não alteração do valor de renda do associado.

Portanto, consta-se que ao trabalhar simetricamente a coletividade durante a oficina percebeu-se uma melhoria no engajamento dos associados e a grande controvérsia que

permanece aberta na pesquisa - a alteração de praça da feira de artesanato e suas possíveis melhorias relacionadas ao aumento de vendas por causa do fluxo de pessoas.

5.1.4 Uma discussão entre Teoria Ator-Rede, Cartografia de Controvérsias e Design de Ambientes

É perceptível durante o desenvolvimento do trabalho que os vínculos discutidos entre Teoria Ator-Rede (ANT) e Design de Ambientes possibilitou observar as relações complexas existentes dentro da rede formada pela feira de artesanato da Associação Artes da Terra (ATT), ou seja, se atentar nas relações que em muitos casos passam despercebidas e contribuem em questões que possa alterar todo o trabalho desenvolvido.

Nesse caso pode-se constatar que o emprego das questões inerentes ao Design de Ambientes foi apropriado para a utilização de não Designers em que buscou-se utilizar as ferramentas técnicas, metodologias e definições na busca de soluções referentes a exposição e comercialização dos artefatos fabricados pelos artesãos (ãs) da AAT como meio de aprendizado aos associados participantes da oficina. O Design de Ambientes também permitiu mediante a exploração de campo dentro da proposta da ANT explorar indagações pertinentes as questões efêmeras e a gestão do Design como possibilidades estratégicas de favorecer as dificuldades e tensionamentos dentro da associação.

Sendo, o Design de Ambientes acostumado a lidar com fatores imateriais e materiais fica perceptível a interação entre a ANT, porém, acredita-se que essa dinâmica não é explorada de modo satisfatório, uma vez que, deixamos de notar os movimentos que precedem a tomada de decisões e as vozes presentes nessas deliberações.

Diante dessa observação crê-se que a Cartografia de Controvérsias (CC) é uma ferramenta que proporciona as interações presentes no momento observado em que os atores envolvidos se tornam intermediários e mediadores, isso é, como um fator político de decisão influencia o debate social dentro das discordâncias e concordâncias da rede.

Portanto, a ANT e CC é uma nova possibilidade para uso do Designer de Ambientes na compreensão de trabalhos de alta complexidade que envolvem fatores humanos e não-humanos em que acabam exercendo uma grande influência na tomada de decisões e modificações das questões inerentes a produção do ambiente utilizados por aqueles atores, uma vez que os elos de interação se tornam amis visíveis por meio de toda a representação e construção narrativa demonstrada.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho apresentado nessa dissertação foi realizado ao longo de dois anos em que o pesquisador se envolveu no campo de pesquisa por um ano e seis meses, tal vivência possibilitou um grande aprendizado relacionado as questões de observações empíricas em uma pesquisa que discute a Ciência e Tecnologia dentro nas relações sociais que são estabelecidas presente nos processos de construção de um ambiente de uma feira de artesanato, ou melhor, os caminhos processuais de funcionamento, montagem, posicionamento do artefato e concepção desse ambiente.

Ao longo do percurso a discussão entre Teoria Ator-Rede e Design de Ambientes foi um grande desafio para o pesquisador, pois dialogar com atores que transcendem o espaço material, isso é, o imaterial, tornou-se um estímulo incitante ao visualizar atores humanos e não humanos dentro da formação de sua rede, ou seja, perceber os movimentos ali presentes durante o caminhar do trabalho.

A ANT foi conhecida pelo pesquisador no Grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão em Tecnologias e Ciência (GEPETEC) e pelos trabalhos que foram desenvolvidos no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade dentro do grupo mencionado. Já o incentivo da utilização da Cartografia de Controvérsias partiu pelo resultado dos trabalhos de Viega (2016) e Lima (2016), visto que, a proposta elaborada pelos autores permite mostrar visualmente os caminhos percorridos durante a pesquisa de campo e as interações fortemente formadas, ou seja, as controvérsias aparecidas na pesquisa.

Vale lembrar, mais uma vez, que mesmo o Designer de Ambientes acostumado a lidar com as questões materiais e imateriais na interação entre ambientes e artefatos pode-se por meio da ANT observar a possibilidade de construção metodológica a partir das concepções estabelecidas pelo Design de Ambientes dentro da Ciência e Tecnologia, como dito por Latour (2012) “não acreditar somente na sociologia do social”, ou seja, ouvir os diversos atores envolvidos naquela rede, sendo eles, humanos ou não-humanos.

O grande desafio do trabalho foi dialogar entre ANT, CC e Design de Ambientes dado que tal pesquisa interdisciplinar principalmente nas questões em que estão envolvidos os não-humanos, a sua produção científica e sua influência dentro da rede.

A ANT possibilitou não só analisar e descrever os ambientes de uma feira de artesanato, mas compreender a trama social existente e seus vínculos formados e trabalhados nas percepções de influências e interações que modificaram o meio ali presente, tal visualidade permitiu observar a influência política na conformação do espaço da feira de

artesanato, como exemplo a ambição de utilizar outra praça pública da cidade e as barreiras encontradas para tal feito.

Pode-se afirmar que o Design de Ambientes e a ANT em conjunto e associados a uma feira de artesanato contribuem de suma importância para a elaboração dos aspectos referentes a exposição dos artefatos fabricados e comercializados pelos artesãos.

O trabalho desenvolvido vai além de simplesmente trabalhar com questões inerentes ao Design de Ambientes, mas também em abordagens que relacionem o Design como um todo, como exemplo, conformação do produto, identidade visual e posicionamento de sua identidade e desenvolvimento de novos artefatos a partir do respeito a técnica de cada artesão. Porém a pesquisa desenvolvida em uma associação de artesanato possibilitou perceber o trabalho ainda pouco desenvolvido entre artesanato e Design de Ambientes.

Já o artesão (ã) viu como retorno da pesquisa a possibilidade de agir estrategicamente diante as dificuldades encaradas em seu dia a dia de maneira a melhorar a comunicação de seus artefatos, dando vozes a algo não-humano a partir da percepção de que o artefato pode falar por si e se vender mediante as ações de visualidade que estão presentes nele e que podem ser dados a eles. Outro fator de grande influência nos associados está relacionado as questões inerentes ao estatuto, uma vez que, por meio da oficina, foi percebido pelos associados a inerência do vigente estatuto quanto a realidade da associação e da feira de artesanato atualmente.

Contudo, o Design de Ambientes utilizando a proposta da Teoria Ator-Rede consegue perceber especificamente cada detalhe relacionado a uma feira de artesanato, ou seja, a composição dos seus ambientes em âmbito político, econômico e social, pois, uma vez que se tem como ponto de partida o empirismo proposto na ANT os diálogos criados entre os atores envolvidos na pesquisa possibilitam observar intrinsecamente as agências formadas no campo de pesquisa, isso é, a rede ali presente no determinado momento analisado.

Ressalta-se que quando mencionada as questões referentes à composição dos ambientes nos âmbitos políticos, sociais e econômicos fica claro as interações materiais e imateriais presentes na rede, isso é, o humano e não-humano, como: estatuto, legislação, intemperismo, modificações dos artefatos que compõem a feira de artesanato e suas alterações de locais.

Como sugestões de trabalhos futuros, não só especificamente para a área do Design de Ambientes, ou melhor, para o Design, sugere-se o desenvolvimento de pesquisas relacionados ao desenvolvimento do artefato barraca de uma feira de artesanato, assim como desenvolvimento de comunicação (sinalização, cartão de visitas, identidade visual) e

possibilidades de aperfeiçoamento dos artefatos produzidos pelos artesãos (ãs) associados, desenvolvimento de uma cartilha para os novos associados, relacionadas a exposição e comercialização de artefatos, assim como novas proposta interativas entre o pesquisador e os associados, desde que, possam utilizar a ANT e a CC como parâmetro de compreensão dos atores humanos e não-humanos presentes na rede de uma associação de artesanato, pois acredita-se que a visualização fornecida pelos mapas possibilita compreender de modo mais assertivo as interações ali estabelecidas.

Logo as possibilidades para o Designer de Ambientes estão inerentes a sua participação na gestão estratégica do Design, no estudo da cor, conforto ambiental, no desenvolvimento de mobiliários, pontos de vendas e trabalho ergonômico com também na possibilidade de geração de negócios sociais e participativos na constituição de uma feira de artesanato, ou seja, o posicionamento, ambiência, arranjo desses espaços sociais, culturais, políticos e econômicos.

Portanto, espera-se que o trabalho apresentado nessa dissertação possibilite perceber de modo diferenciado a inserção do Designer de Ambientes dentro das discussões de Ciência e Tecnologia, Teoria Ator-Rede, Cartografia de Controvérsias, feira de artesanato, artesanato e nos ambientes reivindicados pelo cidadão dentro das cidades como novas possibilidades de discussão acadêmica e mercadológica.

REFERÊNCIAS

ABREU, Simone M. B. M. Aspectos subjetivos relacionados ao Design de Ambientes: um desafio no processo projetual. Universidade do Estado de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Design, Inovação e Sustentabilidade. Belo Horizonte, 2015.

ÁGUAS, Sofia. **Do design ao co-design uma oportunidade de design participativo na transformação do espaço público.** In: On the waterfront, 2012. Núm. 22. VIIth waterfronts of art international conference. Disponível em: <http://www.raco.cat/index.php/Waterfront/article/view/252044> Acesso em: 15 jul. 2014.

ALVES, Luis Miguel Tavares. **Curso básico de visual merchandising.** [S.l.]: Luis Miguel Tavares Alves, 2015. 213 p. Disponível em: http://www.amazon.com.br/CURSO-B%C3%81SICO-VISUAL-MERCHANDISING-ALVES-ebook/dp/B00U5CB59I/ref=sr_1_sc_1?ie=UTF8&qid=1452635682&sr=8-1-spell&keywords=curso+b%C3%A1sico+de+visual+merchandising Acesso em: 02 dez. 2015.

BARBOSA et al. O designer de ambientes e o mercado de eventos: gestão ou projeto? p. 55-58. In.: Actas de Diseño 9. **Anais...** Buenos Aires: 2010. Disponível em: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=148&id_articulo=6032 Acesso em: 11 mai. 2016.

BARBOSA, Paula Glória; FERREIRA, Priscila B. M. Contribuições do Design de Ambientes para a valorização do território: proposta para uma casa de cultura baseada na personagem Hilda Furacão. In: 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. **Anais...** São Paulo: Blucher, 2014. p. 538-549. Disponível em: <http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/contribuies-do-design-de-ambientes-para-a-valorizao-do-territrio-proposta-para-uma-casa-de-cultura-baseada-na-personagem-hilda-furaco-12673> Acesso em: 11 mai. 2016.

BARBOSA, Paula Glória; MACIEL, Bárbara Lima; MOREIRA, Samantha Cidaley. Novas Maneiras de ensinar e aprender: o caso da disciplina Prática Projetual em Design de Ambientes. In: 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. **Anais...** São Paulo: Blucher, 2014. p. 1406-1417. Disponível em: <http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/novas-maneiras-de-ensinar-e-aprender-caso-da-disciplina-prtica-projetual-em-design-de-ambientes-12748> Acesso em: 11 mai. 2016.

BASSO, David et al. Economia solidária e dinâmica de desenvolvimento local: um estudo de empreendimentos econômicos solidários no município de Ijuí-RS. In.: Revista Emancipação. **Anais...** Ponta Grossa, 2010. Disponível em: <http://www.revistas2.uepg.br/index.php/emancipacao/article/view/Emancipacao.v.10i1.327340> Acesso em: 29 jan. 2017.

BASTANI, Kátia Regina. **O Design de Ambientes para a sustentabilidade em espaços públicos:** Praça central de Casa Branca - Brumadinho - MG. Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável. Belo Horizonte, 2013.

BO BARDI, Lina. **Lina por escrito – textos escolhidos de Lina Bo Bardi.** São Paulo: Cosac Naify, 2009.

BOECHAT, Patricia Teresa Vaz; SANTOS, Jaqueline Lima dos Santos. Feira livre: dinâmicas espaciais e relações identitárias. In: **VIII Encontro Baiano de geografia e X Semana de Geografia da UESB**, 2011. Disponível em: <http://www.uesb.br/eventos/ebg/anais/2p.pdf> Acesso em: 2 mai. 2016.

BORGES, A. **Design + Artesanato: O Caminho Brasileiro**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

BRASIL. **Projeto de Lei Nº 13.369 de dezembro de 2016**. Brasília: Casa Civil, 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2016/lei/L13369.htm Acesso em: dez. 2016.

_____. **Resolução Nº 5, de 8 de março de 2004**. Brasília: Ministério da Educação, 2004. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf Acesso em: mai. 2015.

BURDEK, Bernhard E. **Design – história, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgar Blucher, 2006.

CAMARGO, Liriane S. A.; FAZANI, Alex J. **Explorando o Design Participativo como prática de desenvolvimento de sistemas de informação**. InCID: R. Ci. Inf. e Doc., Ribeirão Preto, v. 5, n. 1, p. 138-150, mar./ago. 2014.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

_____. **Uma introdução à história do Design**. 240 p. São Paulo: Edgar Blucher, 2004. 2º ed.

CARLOS, Ana Fani A. **A cidade**. São Paulo: contexto, 2013.

CARRIERI, Alexandre de Pádua et al. A dimensão indenitária em duas feiras hippies: uma comparação entre Estados Unidos e Brasil. **Revista Eletrônica de Gestão e Organizacional**, Pernambuco, v. 2, 2011. Disponível em: <http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg/index.php/gestao/article/view/396/207> Acesso em: 12 set. 2015.

CASA COR. Disponível em: <http://casa.abril.com.br/casa-cor/sobre> Acesso em: 04 mai. 2016.

CIDADES IBGE. **Itajubá**. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=313240&search=minas-gerais|itajuba|infograficos:-historico>. Acesso em: 01 de out. 2016.

COELHO, L. A. (org.). **Conceitos chave em Design**. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2008.

COUTO, Heloisa Helena et al. O emprego do visual merchandising na criação de espaços corporativos estimulando a relação usuário-espço. In: 14º Seminário de Pesquisa e Extensão da Universidade do Estado de Minas Gerais. **Anais...** Belo Horizonte, 2012.

COUTO, Heloisa Helena; ZAMPIROLI, Ludson Moulin. Designer de vitrine: um vendedor de imagens e conceitos, focado na diversidade de temas e estilos. In: 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design Brasil. **Anais...** Rio de Janeiro, 2007.

DANTAS, Cristina. **Brasil porta adentro** – uma visão histórica do Design de Interiores. 272 p. São Paulo: C4, 2015.

DANTAS, Geovany Pachelly Galdino. **Feira de Macaíba/RN: um estudo das modificações na dinâmica sociespacial (1960/2006)**. 2007. 209 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2007.

E-MEC. Ministério da Educação. Disponível em: <http://emec.mec.gov.br/> Acesso em: 04 mai. 2016.

ESCOLA DE DESIGN. Curso de Design de Ambientes. Disponível em: <http://ed.uemg.br/cursos/graduacao/design-ambientes> Acesso em: 10 maio 2015.

ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA. Associação Artes da Terra. Itajubá, 2012.

ESTATUTO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DESIGN DE INTERIORES. ABD. São Paulo, 2015.

FAAP. Faculdade de Artes Plásticas. Disponível em: <http://vestibular.faap.br/cursos/design-de-interiores/> Acesso em: 15 maio de 2015.

FAV. Faculdade de Artes Visuais. Disponível em: <https://fav.ufg.br/p/7980-design-de-ambientes> Acesso em: 15 maio de 2015.

FONTANA, Isabela Mantovani et al. **Design Colaborativo: Fatores Críticos para o Sucesso do Co-design**. In: 4º Congresso Sul Americano de Design de Interação, 2012. São Paulo: Anais ISA 2012 Disponível em: <http://blogs.anhemi.br/isa2012/anais/design-colaborativo-fatores-criticos-para-o-sucesso-do-co-design> Acesso em: 27 fev. 2014.

FREITAS, A. L. **Design e Artesanato: Uma Experiência de Inserção da Metodologia de Projeto de Produto**. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2011.

FREYRE, Gilberto. **Sobrados e Mucambos**. Recife: Global, 2004.

GALESSO, Laerte. **Breve História da Decoração**. Disponível em: <http://www.abra.com.br/artigos/59-breve-historia-da-decoracao> Acesso em: 01 mai. 2016.

GOMES, João Filho. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 9 ed. São Paulo: Escrituras, 2009.

GONZALES, Zuleika Kohler; BAUM, Carlos. Desdobrando a Teoria Ator-Rede: reagregando o social no trabalho de Bruno Latour. **Revista Polis e Psique**, Porto Alegre, v. 3, 2013. Disponível em:

<http://seer.ufrgs.br/index.php/PolisePsique/article/viewFile/36550/26493> Acesso em: 10 abr. 2015.

GURGEL, Mirian. **Projetando espaços: design de interiores**. São Paulo: Senac, 2007.

_____. **Projetando espaços: guia de arquitetura de interiores para áreas comerciais**. São Paulo: Senac, 2005.

HANAUER, Rodrigo. **CODESIGN: A intereção projetual entre organizações e atores no processo de desenvolvimento de novos produtos**. Universidade Federal do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design. Porto Alegre, 2013. Disponível em: <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/000002/000002E1.pdf> Acesso em: 06 out. 2014.

HEEMANN, Adriano; LIMA, Patrícia Jorge Vieira; CORRÊA, Jeandrey Scuissiatto. **Fundamentos para o Alcance da Colaboração em Design**. In: Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, São Paulo, 2008.

IBGE. **Perfil dos Municípios Brasileiros**. Cultura 2006. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/cultura2006.pdf> Acesso em: 12 mai. 2012.

ITAJUBA. Disponível em: <http://www.itajuba.mg.gov.br/secut/comercio.php> Acesso em: 01 maios 2015.

KRANZ, Bell. **5 décadas de decoração no Brasil**. In: Revista Casa e Jardim. São Paulo: Editora Abril, 2008. Disponível em: <http://revistacasaejardim.globo.com/Casaejardim/0,25928,EJE1682667-2186-2,00.html> Acesso em: 01 mai. 2016.

KUAZAQUI, Edmir et al. A contribuição regional das feiras de artesanato na cidade de São Paulo. P. 284-296. In.: 6º Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas. **Anais...** Franca: 2011. Disponível em: <http://ifbae.com.br/congresso6/pdf/21.pdf> Acesso em: 01 out. 2015.

LATOURE, Bruno. **Jamais fomos modernos**. 152 p. Rio de Janeiro: editora34, 2013. 3º ed.

_____. **Reagregando o social** – uma introdução à Teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012.

_____. Um prometeu cauteloso?: alguns passos rumo a uma filosofia do design (com especial atenção a Peter Sloterdijk). **Revista brasileira de design**, São Paulo, v. 6, 2014. Disponível em: <http://filosofiadodesign.com/wp-content/uploads/2014/10/Prometeu-cauteloso.pdf> Acesso em: 30 abr. 2015.

LAW, J., **Notes on the Theory of the Actor-Network Ordering, Strategy and Heterogeneity**, in Systems practice, vol. 5, nº 4, 1992.

LIMA, Douglas dos Santos Lemos. **Entre atos, rastros e marca: cartografia e controvérsias sobre Design e artesanato**. 2016. 249 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade) - Universidade Federal de Itajubá, Itajubá, 2016.

LIMA, M.A.E.F.; SAMPAIO, J.L.F.; Aspectos da formação espacial da feira-livre de Abaiara – Ceará: relações e trocas. In: XIX Encontro Nacional de Geografia Agrária, São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.uff.br/vsinga/trabalhos/Trabalhos%20Completo/Anna%20Erika%20Ferreira%20Lima.pdf> Acesso em: 2 mai. 2016

LIMA, Tiago Charles De; CÂMARA, Talita Marinho Da. Importância Cultural da Feira Livre para a população de Parnamirim/RN. In: V Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte Nordeste de Educação Tecnológica, 2010. Disponível em: <http://connepi.ifal.edu.br/ocs/index.php/connepi/CONNEPI2010/paper/viewFile/1566/797> Acesso em: 2 mai. 2016

MARÇAL, Viviane Gomes et al. Diretrizes da análise ergonômica do trabalho para humanização do trabalho do feirante. In.: Encontro Nacional de Conforto no Ambiente Construído; Encontro Latino Americano de Conforto no Ambiente Construído. **Anais...** Brasília, 2013.

MARÇAL, Viviane Gomes et al. A gestão do design como estratégia no mercado de consumo. In.: Colóquio Internacional de Design. **Anais...** Belo Horizonte, 2013. Disponível em: http://coloquiodesign.com.br/Anais_Coloquio_Int_2013.pdf Acesso em: 30 jan. 2017.

MASCÊNE, Durcelice Cândida. **Termo de Referência:** atuação do sistema SEBRAE no artesanato. Brasília: SEBRAE, 2010.

MELO, Maria de Fátima A. Q. Seguindo as pipas com a metodologia da TAR. **Revista do Departamento de Psicologia**, Niterói, v. 1, 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-80232007000100013 Acesso em: 10 abr. 2015.

MEYER, Guilherme. Conceitos da Teoria Ator-Rede aplicados ao Design: meios para acompanhar a estabilização de artefatos. **Revista Design & Tecnologia**, Porto Alegre, v. 6, 2013. Disponível em: <http://www.pgdesign.ufrgs.br/designtecnologia/index.php/det/article/view/85> Acesso em: 10 mar. 2016.

MICHAELLIS ON LINE. Dicionário Online - Dicionários Michaelis. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/> Acesso em: 10 abr. 2016

MIRANDA, Gustavo. **A cidade e a feira no tempo:** a relação feira-cidade e os diferentes modos de ocupação do território pela feira de Caruaru. In: Encontro Da Associação Nacional de Pós-Graduação E Pesquisa Em Planejamento Urbano E Regional, XIII, 2009, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: [s.n], 2009. 17 p.

MORAES, Dijon De. **Análise do Design brasileiro:** entre mimese e mestiçagem. 290 p. São Paulo: Edgar Blucher, 2006.

MOREIRA, Samantha Cidaley. QDP-Design: metodologia para gerar soluções assertivas a partir de conceitos criativos. In: 9º Congresso Nacional de Pesquisa em Desenvolvimento em Design. **Anais...** São Paulo, 2010.

MOSTAFA, Solange Puntel. Um banho de empirismo: de Hume/Deluze ao empirismo radical de Bruno Latour. **Revista de Ciências da Informação e Documentação**, São Paulo, v. 1, 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/incid/article/view/42311> Acesso em: 20 abr. 2015.

NOBRE, Júlio Cesar A.; PEDRO, Rosa Maria L. R. Reflexões sobre possibilidades metodológicas da Teoria Ator-Rede. **Revista Cadernos UNIFOA**, Volta Redonda, v. 14, 2010. Disponível em: <http://web.unifoa.edu.br/cadernos/edicao/14/47.pdf> Acesso em: 10 abr. 2015.

NOVAES, H. T.; DIAS, R. B. Construção do marco analítico-conceitual da Tecnologia Social. In: DAGNINO, R. (org.). **Tecnologia social: ferramenta para construir outra sociedade**. 2 ed. Campinas: Komedi, 2010.

OLIVEIRA, Paulo. **Diferenças entre o Decorador, Designer de Interiores e Designer de Ambientes**. Disponível em: <https://paulooliveira.wordpress.com/2008/04/30/diferencas-entre-decorador-designer-de-interiores-e-designer-de-ambientes/> Acesso em: 01 mai. 2016.

PEDRINI, Dalila Maria; OLIVEIRA, Adriana Lucinda de. A Economia Solidária como estratégia de desenvolvimento. In: Revista Emancipação. **Anais...** Ponta Grossa: 2007. Disponível em: <http://www.revistas2.uepg.br/index.php/emancipacao/article/view/89> Acesso em: 29 jan. 2017.

PEREIRA, Débora de Carvalho; BOECHAT, Marina Pantoja. Apenas siga as mediações: desafios da cartografia de controvérsias entre a Teoria Ator-Rede e as mídias digitais. In: **Revista Contemporânea**. Salvador, v. 12, 2014. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/12305> Acesso em: 4 mai. 2015.

PIMENTEL, Thiago Duarte et al. Ambiguidades indenitária na Feira Hippie/Brasil. **Revista Comportamento Organizacional e Gestão**, Lisboa, v. 13, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/cog/v13n2/v13n2a05.pdf> Acesso em: 12 set. 2015.

PORTAL EDUCAÇÃO. História do Design de Interiores. Disponível em: <http://www.portaleducacao.com.br/iniciacao-profissional/artigos/45048/historia-do-design-de-interiores#> Acesso em: 01 mai. 2016.

PRATES, Vinicius. Entre formigas e estrelas. **Revista Galáxia**, São Paulo, v. 25 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gal/v13n25/v13n25a17.pdf> Acesso em: 10 abr. 2015.

REGAMEY, Rita; DEMETRESCO, Sylvia. **Tipologia e estética do visual merchandising**. Estação das letras e cores: São Paulo, 2013. 268 p.

REGIMENTO DA ASSOCIAÇÃO ARTES DA TERRA. Associação Artes da Terra. Itajubá, 2013.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. 4º ed. São Paulo: Edusp, 2014b

_____. **Espaço e método**. 5º ed. São Paulo: Edusp, 2014a.

_____. **Metamorfose do espaço habitado**. 6º ed. São Paulo: Edusp, 2014c

SATO, Leny. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. **Revista Psicologia & Sociedade**, Belo Horizonte, v. especial 1, 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822007000400013 Acesso em: 10 set. 2015.

SENAES. **Secretaria Nacional de Economia Solidária**. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/trabalhador-economia-solidaria/o-que-e> Acesso em: 28 jan. 2017.

SINGER, Paul. Economia Solidária versus Economia Capitalista. In: Revista Sociedade e Estado. **Anais...** Brasília: 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922001000100005 Acesso em: 28. Jan. 2017.

_____. Economia Solidária. In. Revista Estudos Avançados. **Entrevista...** São Paulo: 2008. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/eav/article/viewFile/10335/12013> Acesso em: 28 jan. 2017.

_____. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abram, 2002.

TENORIO, Luciene et al. A feira de Caruaru: um lugar de referência cultural. In: 3º Colóquio Ibero-Americano – paisagem cultural, patrimônio e projeto. **Anais...** Belo Horizonte: 2014. Disponível em: <http://www.forumpatrimonio.com.br/paisagem2014/artigos/pdf/195.pdf> Acesso em 29 mar. 2016.

THOMAS, Hérnan. *Estructuras cerradas versus procesos dinámicos: trayectorias y estilo de inovación*. In: *Actos, actores y artefactos - sociología de la tecnología*. THOMAS, Hernán; BUCH, Alfonso (coord.). Buenos Aires: UNQ, 2013.

UNIFEI. Disponível em: <https://www.unifei.edu.br/apresentacao>. Acesso em: 01 de out. 2016.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE. Disponível em: <http://novo.univille.edu.br/pt-BR/departamentos/design-interiores/index/598246#> Acesso em: 15 maio de 2015.

UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO. Disponível em: <http://www.belasartes.br/cursos/?curso=design-de-interiores> Acesso em: 15 maio de 2015.

VEIGA, Camila Loricchio. **Design, Teoria Ator-Rede e artesanato: estudo da inserção de designers em um contexto artesanal utilizando a Cartografia de Controvérsias**. 2016. 176 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade) - Universidade Federal de Itajubá, Itajubá, 2016.

VENTURINI, Tommaso. **Building on faults – how to represent controversies with digital methods**. Medialab, 2012. Disponível em: http://www.medialab.sciences-po.fr/publications/Venturini-Building_on_Faults.pdf Acesso em: jun. 2015

_____. Diving in magma. **Public Understandign of Dcience**, 2009.
Disponível em: <http://pus.sagepub.com/content/early/2009/05/29/0963662509102694> Acesso em: jun. 2015

VERÍSSIMO, F. S., BITTAR, W. S. M. **500 anos da casa no Brasil**: as transformações da arquitetura e da utilização do espaço da moradia. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.

VIENA, M. M. **O belo, a arte e a natureza**. [s.d].

ANEXO

ANEXO A – Utilidade Pública Feira De Artesanato Da Associação Artes Da Terra



PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAJUBÁ

Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Estiva
CEP 37500-279 - Itajubá - Minas Gerais

Lei nº 3170

RODRIGO IMAR MARTINEZ RIERA,
Prefeito do Município de Itajubá, Estado de Minas Gerais, usando das atribuições que lhe são conferidas por Lei, faz saber que a Câmara Municipal aprovou e ele sanciona a seguinte Lei:

“Declara de Utilidade Pública Municipal a Associação Artes da Terra - ATT”

Art. 1º Fica declarada de Utilidade Pública Municipal a **Associação Artes da Terra-ATT**, sociedade civil de representação de artesãos e produtores caseiros, sem fins lucrativos, com autonomia administrativa e financeira, sediada neste Município.

Art. 2º A entidade distinguida, salvo motivo justo, deverá apresentar anualmente até o dia 30 de abril, ao órgão competente do Governo Municipal, relatório de suas atividades realizadas e desenvolvidas no ano anterior, bem como publicar o balanço financeiro referente ao mesmo período.

Art. 3º Cessarão os efeitos da declaração de Utilidade Pública caso a entidade:

- I – Deixar de cumprir as exigências do Art. 2º.
- II – Substituir os fins estatutários ou negar-se a prestar os serviços neles compreendidos.
- III – Alterar a sua denominação e, dentro de 90 (noventa) dias contados da averbação no registro público, não comunicar a ocorrência aos órgãos competentes da Prefeitura Municipal de Itajubá.

Art. 4º Revogadas as disposições em contrário, esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Itajubá, 12 de setembro de 2016.

RODRIGO IMAR MARTINEZ RIERA
Prefeito Municipal

REGISTRE-SE E PUBLIQUE-SE

ALFREDO VANSNI HONÓRIO
Secretário Municipal de Governo



Câmara Municipal de Itajubá

PROJETO DE LEI Nº 3854

“Declara de Utilidade Pública Municipal a Associação Artes da Terra e dá outras providências”.

Art.1º Fica declarado de Utilidade Pública Municipal a **Associação Artes da Terra**, no Município de Itajubá.

Art.2º A entidade distinguida deverá publicar em jornal de circulação regular na cidade, até 30 de abril de cada ano, relatório circunstanciado de suas atividades no ano anterior e seu balanço financeiro do mesmo período.

Art.3º Cessarão os efeitos da declaração de utilidade publica caso a entidade:

- I – Deixar de cumprir as exigências do Art. 2º.
- II – Substituir os fins estatutários ou negar-se a prestar os serviços neles compreendidos;
- III – Alterar a sua denominação e, dentro de 90 (noventa) dias contados da averbação no registro publico, não comunicar a ocorrência ao órgão competente da Prefeitura Municipal de Itajubá.

Art.4º Revogadas as disposições em contrário, esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Câmara Municipal de Itajubá, em 01 de junho de 2012.

Joel Carlos de Almeida
Vereador



Câmara Municipal de Itajubá

JUSTIFICATIVA

O presente Projeto de Lei tem por objetivo declarar de utilidade pública municipal a “**Associação Artes da Terra**”, uma associação civil, pessoa jurídica de direito privado e sem fins lucrativos.

Esta associação existe em nosso município desde 10 de agosto de 2001, sendo louvável que ela possa receber o título de Utilidade Pública pelos trabalhos realizados que valorizam a cultura artesanal de nosso município.

Tendo em vista o caráter social dos serviços que presta, aliado às necessidades com que a Associação se defronta, a declaração do título de utilidade pública municipal representará um importante respaldo para que a mesma possa continuar sua nobre missão.

Contamos com o apoio dos nobres vereadores para aprovação do Projeto.

Câmara Municipal de Itajubá, em 01 de junho de 2012.

Joel Carlos de Almeida
Vereador

ANEXO B – Quadro de Diretrizes Projetuais

Esquema de apoio para elaboração do quadro de diretrizes projetuais

Ambiente	Busca referência no Briefing
Objeto síntese	Busca referência no Briefing
Característica	Busca referência no Conceito
Caráter	Busca referência no Conceito
Princípio do Design	Busca referência na Característica/Caráter
Elementos da Composição do Ambiente	Busca referência na Característica/Caráter

Relações no Quadro de Diretrizes Projetuais com o Processo

	Descrição	Função / Descrição / Aplicação
Objeto Síntese	<p>É a "alma" do ambiente. Corresponde ao artefato que funda o sentido da existência de um espaço habitado. Pode estar representado por uma peça do mobiliário – utilitário e/ou decorativo – de essencial importância para a ambiência do lugar com foco no usuário.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sua tarefa principal é a de auxiliar na orientação do projeto, dando sentido ao arranjo e também a ambiência do espaço Pode estabelecer relação com a funcionalidade determinando a 1ª visão do ambiente. pode ser utilizado na função para a qual foi criado pode ter sua função alterada pode adquirir função bem diferente a qual foi projetado
Característica	<p>Atributo que caracteriza qualitativamente o ambiente em questão, suscitando-lhe identidade. Determina a aparência que o ambiente deve ter, conforme conceito estabelecido para o projeto. Definir a característica adequada para o ambiente em questão auxilia em sua coerência visual, fortalecendo a intenção do projeto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Rústico Austero Despojado Místico Sóbrio Complexo Discreto Charmoso Colorido Extravagante Elegante Clássico Sofisticado Simples Etc...
Caráter	<p>Propriedade intencional atribuída ao ambiente em questão, sugerindo certas reações emocionais e estados de humor. Determina a sensação primordial que o ambiente deve provocar no usuário, conforme conceito estabelecido para o projeto. Definir a</p> <p>Determinar o caráter apropriado para o ambiente implica dar-lhe personalidade, reforçando a identidade do projeto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Respeito Aconchego Alegria Tranquilidade Otimismo Estabilidade Diversão Descontração Saudade Força Confiança Agitação Entusiasmo Atenção Etc...

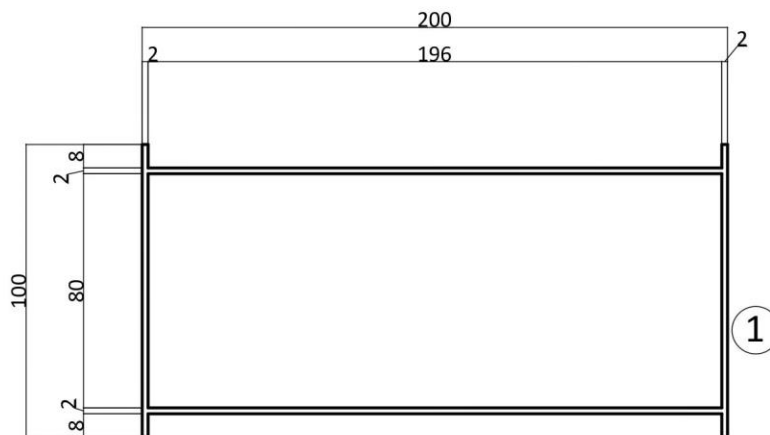
Princípio do Design	Escala	refere-se ao tamanho absoluto de um elemento se comparado a outros de tamanhos absolutos, sendo o homem o centro das relações.	Referência numérica / gráfica	As dimensões de um objeto devem ser equivalente às dimensões do corpo humano. Os objetos devem ser projetados com referência nas medidas antropométricas.	
			Referência visual	As dimensões de um objeto e/ou de um ambiente devem ser percebidos pelo homem de modo equivalente/correspondente. (Grandes/pequenos espaços pedem grandes/pequenos volumes, texturas visuais destacadas/discretas e cores intensas/sutis transmitindo a sensação de peso/leveza).	
			Referência humana	As dimensões de um espaço/ambiente devem ser correspondente às dimensões do homem. Os ambientes devem ser projetados tendo como referência a as dimensões humanas – grande/pequeno, alto/baixo, largo/estrito.	
	Proporção	do latim proportione, corresponde a relação entre as partes de uma grandeza, ou seja, uma igualdade entre duas razões, representadas aqui, pelo objeto e o espaço. Recursos utilizados: a secção dourada - estabelecida pelo arquiteto e engenheiro romano Vitruvius - é determinada dividindo-se uma reta em dois segmentos de tal modo que o maior esteja para o total assim como o menor está para o maior. Tal proporção geométrica gera o quociente matemático, então denominado número áureo = 0,618	Implica a dimensão dos elementos da configuração	Aplica-se à relação entre as partes de um objeto – dimensões semelhantes/diferentes, grandes/pequenas dimensões	
			Implica a intensidade dos elementos da configuração	Aplica-se à relação entre dois ou mais objetos – forte/fraco, cheio/vazio, claro/escuro	
			Implica a quantidade dos elementos da configuração	Aplica-se à relação entre os objetos e o espaço - muito/pouco	
	Equilíbrio	corresponde ao peso visual das "coisas", através do uso dos elementos da configuração.	Simétrico	Tendo como referencia um eixo imaginário ao centro da composição, os elementos utilizados de um lado são sempre iguais aos do outro lado.	
			Assimétrico	Tendo como referencia um eixo imaginário ao centro da composição, os elementos utilizados de um lado são diferentes dos do outro lado, porém têm o mesmo peso visual.	
			Radial	Tendo como referencia um eixo imaginário ao centro da composição, os elementos são dispostos no seu entorno.	
	Ritmo	Diretamente ligado ao movimento organizado e contínuo dos elementos na configuração	Repetição periódica / alternada		
			Espaçamentos regulares / irregulares		
			Seqüência linear / não linear		
			Disposição flexível / rígida		
	Ênfase	usada como recurso para destacar certas partes do trabalho e ou atrair a atenção do espectador	contraste		
			diferença		
			aproximação		
			posição estratégica		
	Unidade-Variabilidade	estabelece ordem à composição a partir da ideia de agrupamento de seus elementos	Unidade	Semelhança	
				Proximidade	
				Continuidade	
Variabilidade			Diferença		
			Distanciamento		
			Descontinuidade		
Unidade à variabilidade			sob um plano comum	Com o auxílio de rebaixamento de teto	
			sobre um plano comum	Com o auxílio de um tapete	
	em torno de um foco de interesse	Uma mesa de reunião			
à frente de um fundo único	Uma parede pintada de cor diferente				
ao longo de um eixo	Uma fila de cadeiras diferentes				

Elementos da Composição do Ambiente	Diz dos Itens, peças ou partes que constituem e determinam o arranjo e a ambiência do ambiente projetado. Ganham sentido a medida que correspondem à característica e ao caráter estabelecidos	LINHA	Reta horizontal	calma, repouso, paz, segurança				
			Reta vertical	grandiosidade, estabilidade, elegância, formalidade				
			Reta livre e em diagonal	movimento, dinamismo, emoção, vigor				
			Reta horizontal em concordância com a vertical	rude, inflexível e imóvel				
			Curva	alegria, movimento, entusiasmo				
			Sinuosa	Fluidez, suavidade, delicadeza, leveza e sensualidade				
			Reta ascendente	Otimista, feliz				
			Reta descendente	Pessimista, deprimida				
			Reta quebrada formado lanças	Violência, excitação, nervosismo, brutalidade				
		FORMA	Geométrica	Quadrados	Círculos	Losangos		
				Triângulos	Retângulos			
			Orgânica					
			Fractal					
			Figurativa					
		VOLUME	Altura	Alto				
				Mediano				
				Baixo				
			Largura	Largo				
				Estreito				
			Espessura	Grande				
			Pequena					
		Peso	Leve					
			Pesado					
		Densidade	Esguio (alto e fino)					
			Vulposo (muito grande)					
		TEXTURA	Tátil	Sedoso - Rugoso				
				Liso - Áspero				
				Macio - Duro				
		Visual	Transparente – Translúcido – Opaco – Espelhado					
			Xadrez – Listado – Estampado					
			Fotografia – Tipografia					
			Brilhante – Acetinado – Fosco					
COR	Temperatura	Quente						
		Fria						
Harmonia	Cores análogas							
	Cores complementares							
	Cores contrastantes							
	Monocromia							
	Policromia							
LUZ	Temperatura de cor	Alta – aparência de Cor Fria (Branca)						
		Baixa - aparência de Cor Quente (Amarela)						
	IRC	Alta - apresentam as cores com maior fidelidade e precisão.						
		Baixa - apresentam as cores com menor fidelidade e precisão.						
Lâmpada	Incandescente	Halógena						
	Fluorescente	Vapores			etc...			
Sistema	Geral	Localizado			De tarefa			
	Efeitos de luz	Direta Indireta Difusa Wall wash Up light Marcação Filtrada Rasgo	Direcional De destaque Dramática Down light Balizamento Emergência Recortada etc...					
CHEIRO	Aromas naturais	Óleos essenciais						
	Aromas artificiais	Essências sintéticas						
SOM MÚSICA	Erudita Popular	Folclórica Religiosa	Blues Jazz	Rock Eletrônica	etc...			
SABOR	Doce Azedo	Amargo Salgado	etc...					

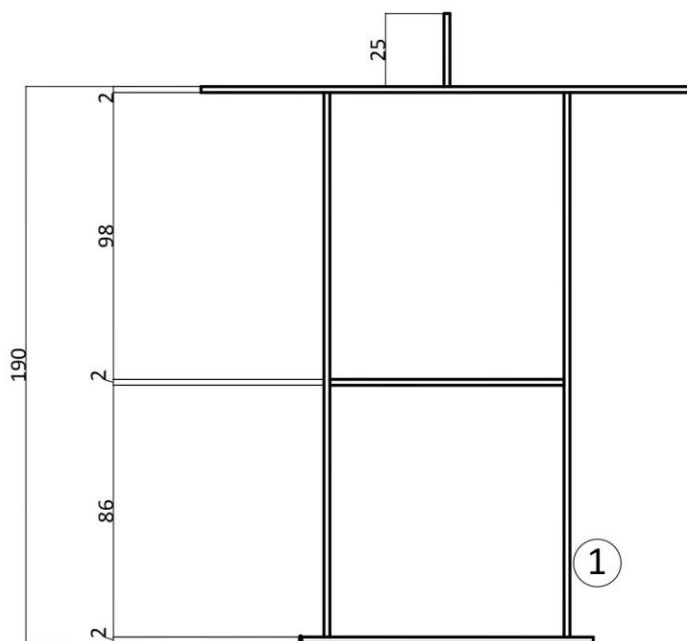
Elaborado pelas professoras Samantha Cidaley e Flávia Miranda

APÊNDICES

APÊNDICE A – Dimensões da estrutura das barracas utilizadas na Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra



Vista Superior - Barraca AAT
 ESC.: 1/25



Vista Lateral - Barraca AAT
 ESC.: 1/25

LEGENDA

- ① Estrutura em alumínio ou aço galvanizado

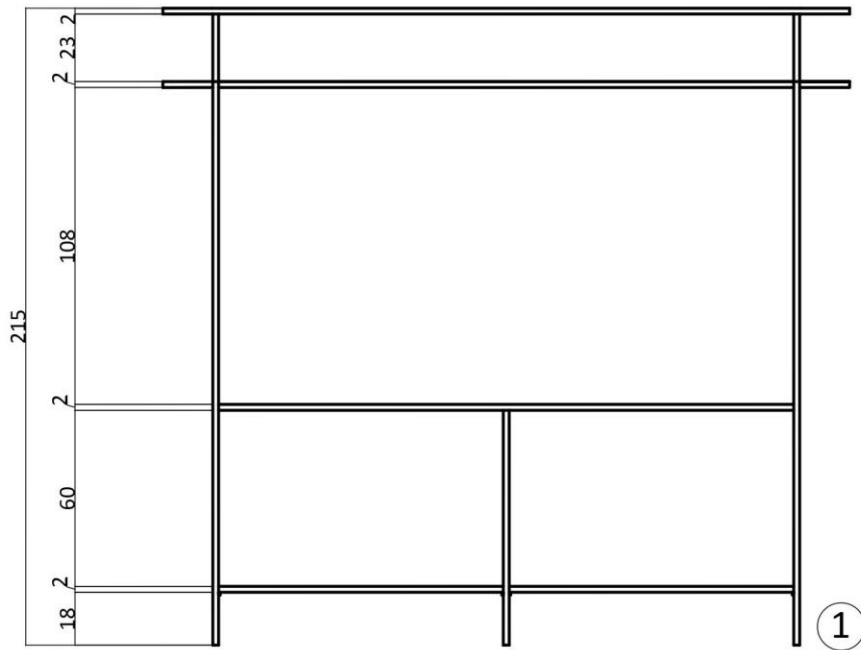
Carlos Magno Pereira

Local: ITAJUBÁ

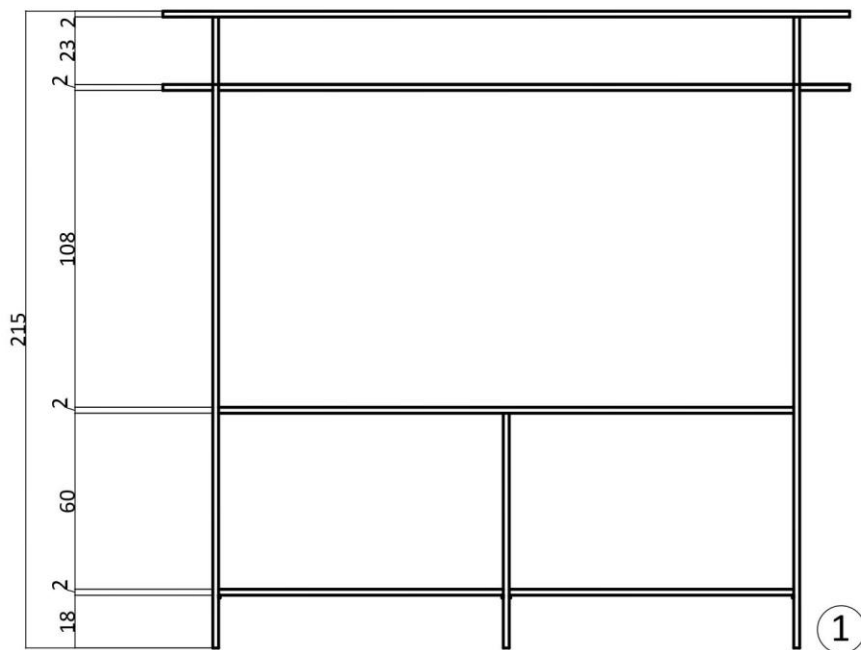
Título: Barraca AAT

Data: NOVEMBRO / 2015

FOLHA 01



Vista Frontal - Barraca AAT
 ESC.: 1/25



Vista Posterior - Barraca AAT
 ESC.: 1/25

LEGENDA

- ① Estrutura em alumínio ou aço galvanizado

Carlos Magno Pereira		Local: ITAJUBÁ	
Título: Barraca AAT		Data: NOVEMBRO / 2015	FOLHA 02

OFICINA AAT - Consulta de dia e horário

Nome

Sua resposta

Telefone para contato

Sua resposta

Email para contato

Sua resposta

Qual o melhor dia para a oficina?

Segunda-feira

Terça-feira

Quarta-feira

Qual o horário ideal para acontecer a oficina?

09:00 hrs

10:00 hrs

14:00 hrs

15:00 hrs

Qual a duração ideal da oficina?

2 hrs por dia

2:30 hrs por dia

3 hrs por dia

Você está disposto a participar dos 4 encontros proposto para a realização da oficina?

Sim

Não

Qual o local ideal para a acontecer a oficina?

CAMPUS da UNIFEI

UNIFEI Centro

Outro:

ENVIAR

APÊNDICE C – *Flyer* de divulgação da oficina



OFICINA
Tipologia visual para feira
de artesanato e produtos
caseiros

A atividade consiste em trabalhar elementos da composição dos ambientes da Feira de Artesanato da Associação Artes da Terra, por meio da aplicação do visual merchandising e vitrinismo. Para isso é necessário discutir sobre a composição dos produtos na barraca, unidade, cor, forma, volume, sinalização e o emprego de possíveis mobiliários que podem auxiliar na exposição dos produtos.

ONDE
UNIFEI CENTRAL - Sala PC01
Rua Coronel Rennó, 7, Centro, Itajubá/MG
Próximo a Ingreja Matriz

QUANDO
Nos dias 14/09, 21/09, 28/09 e 11/10

HORÁRIO
14:00 - 16:15

***Vamos construir Juntos?
Participe!!!***

APÊNDICE D – Questionário de imersão: base para execução da proposta da oficina

1 – Montagem da Feira

- Observar a montagem (dificuldades e posicionamento)
- Tempo de montagem da feira
- Layout (exposição das barracas)
- Tempo de desmontagem

2 – Trajeto do produto até a feira

- Como organiza o produto para trazer
- Como armazena os produtos
- Como transporta os produtos (casa – transporte – feira)
- Como armazena o produto pós feira (desmontagem)

3 – Exposição e montagem de cada barraca

- Ao chegar na feira com realiza a disposição?
- O que é necessário para dispor o produto?
- Quais são suas necessidades para expor o produto? ,

4 – Relação artesão – cliente/barraca/artefato

- Como percebe o produto?
- O que o faz comprar um produto na Feira de AAT?
- O que sente falta na Feira da AAT?

APÊNDICE E – Termo de autorização de uso de imagem

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Eu, _____,
 nacionalidade _____, estado civil _____, portador da Cédula
 de Identidade (RG) nº.: _____, inscrito no CPF/MF sob
 nº.: _____, residente à Av/Rua
 _____,
 nº.: _____, município de _____/Minas Gerais.

AUTORIZO o uso de imagem em todo e qualquer material entre fotos e documentos, para ser utilizado na pesquisa do aluno Carlos Magno Pereira, matriculado no Programa de Mestrado em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade da Universidade Federal de Itajubá (DTecS/UNIFEI), sob o nº 35080, pesquisa essa realizada no Grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão em Tecnologias e Ciências (GEPETEC) e no DTecS, ambos, com sede no Instituto de Engenharia de Produção e Gestão da Universidade Federal de Itajubá (IEPG/UNIFEI), na Av. BPS, nº.: 1303, Bairro Pinherinho, Itajubá/MG, sejam essas destinadas à divulgação em público geral. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo o território nacional e no exterior, das seguintes formas: (I) recursos audiovisuais; (II) materiais impressos (artigos, livros, dissertação, etc.); (III) apresentação digital (slides). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha ou qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Itajubá, _____ de _____ de 2016.

Assinatura

Nome:

Telefone para contato:

APÊNDICE F – Slides da oficina módulo I

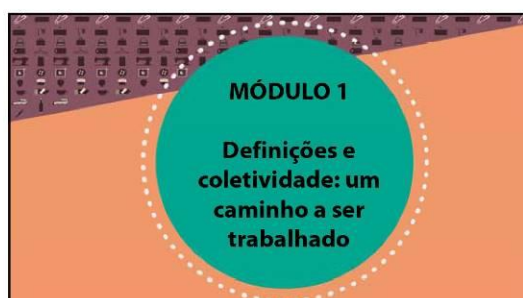
26/10/2016



Atividades a serem desenvolvidas:

- Modulo 1 – Definições e Coletividade: Um caminho a ser trabalhado
- Modulo 2 – Princípios do design: Da cor a forma
- Modulo 3 – Sinalização e mobiliários
- Modulo 4 – Composição de ambientes

Termo de autorização de uso de imagem
Certificado para participação mínima de 75%
Caderno de processos



A atividade consiste em trabalhar elementos da composição dos ambientes da Feira de Artesanato e produtos caseiros da Associação Artes da Terra, por meio da aplicação do visual merchandising e vitrinismo. Para isso é necessário discutir sobre a composição dos produtos na barraca, unidade, cor, forma, volume, sinalização e o emprego de possíveis mobiliários que podem auxiliar na exposição dos produtos.

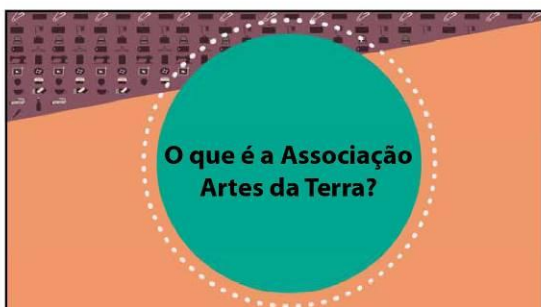
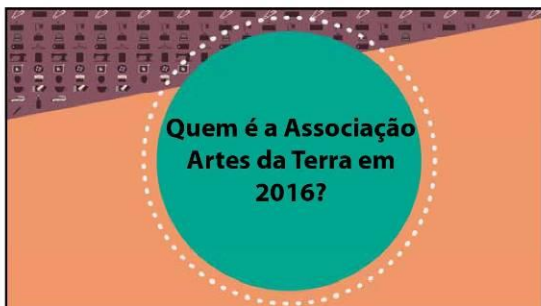
Acredita-se que a oficina possa possibilitar:

- Exposições convidativas de seus produtos;
- Eficácia ao expor os produtos;
- Destaque específicos para novos produtos;
- Possibilidades de exposições diferenciadas em datas comemorativas;
- Melhoria na informação dos produtos comercializados.

A atividade do dia 14/09/2016 consiste em trabalhar algumas definições de modo coletivo com intuito de compreender como o grupo define algumas ações dentro da Associação Artes da Terra.

Tal atividade foi proposta devido a necessidade de reagregar a coletividade dentro da associação, para isso, atribui-se a necessidade de profissionalismo e empoderamento.

26/10/2016



Art. 3º Os artigos devem ser de fabricação artesanal e confeccionados pelo próprio inscrito. (REGIMENTO ATT, 2013).

Art. 22º Não será permitida a venda de produtos industrializados ou confeccionados por máquinas industriais. (REGIMENTO ATT, 2013).

Art. 1º A Associação Artes da Terra (AAT) é uma instituição de representação de artesão e produtores caseiros, constituindo-se como entidade civil sem fins lucrativos, com autonomia administrativa e financeira, organizada para todos os efeitos com personalidade jurídica própria de direito privado e função pública, com tempo indeterminado de duração e número ilimitado de associados, sem qualquer distinção de crença, raça, cor, sexo, preferência partidária ou categoria social, nacionalidade e profissão. Rege-se-á pelo presente estatuto e pela legislação que lhe for aplicável. (ESTATUTO ATT, 2012)



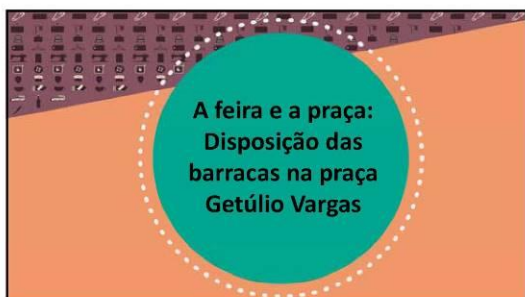
26/10/2016



TAREFA DE CASA

Como seria uma Feira de Artesanato e Produtos Caseiros da Associação Artes da Terra ideal?

- Escreva suas ideias;
- Rabisque um pouco as suas ideias;
- Elabore como isso pode ser alcançado.

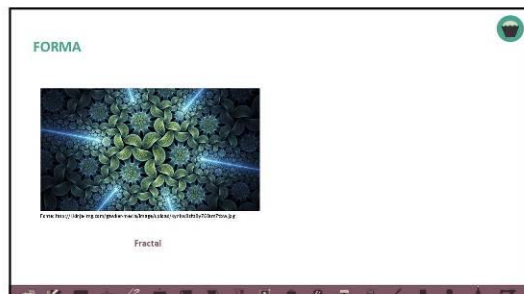
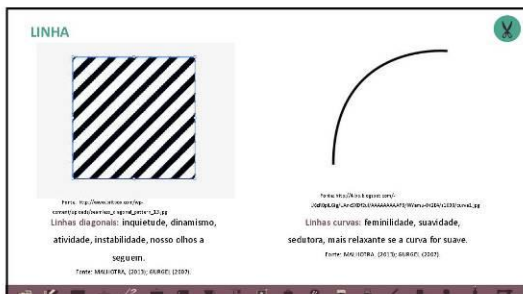
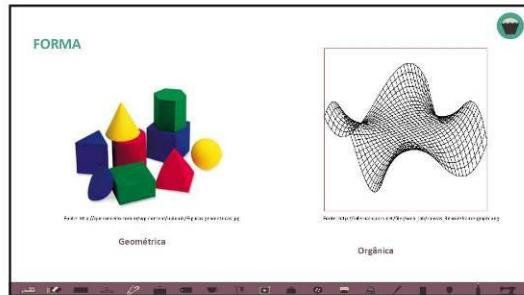
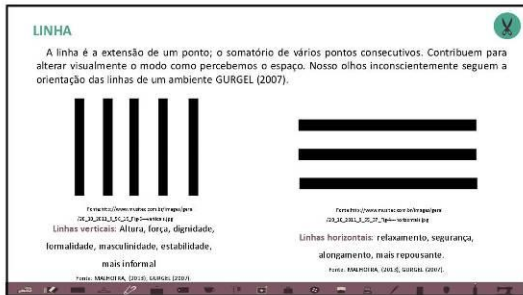
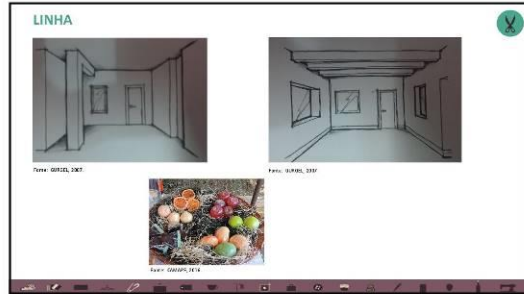


Art. 19º A disposição das barracas no espaço físico disponível na Praça Getúlio Vargas, local da Feira de artesanato, ficará a critério da Diretoria. (REGIMENTO AAT, 2013).

Art. 31º O gerenciamento da Feira de Artesanato será realizado de forma simples, transparente e com a participação de todos, em um sistema de consultas organizado, onde o Presidente atuará como a autoridade responsável. (REGIMENTO AAT, 2013).

26/10/2016

26/10/2016



26/10/2016

TEORIA DAS CORES

GUIA DE REFERÊNCIA RÁPIDA PARA DESIGNERS

SUBSTRATO
OPÇÕES COM TINTAS, TÊXTEIS, MATERIAIS, SUJEIÇÃO, AMBIENTE, ILUMINAÇÃO

NOTAS
TOMAR CUIDADO COM TINTAS, SUJEIÇÃO, AMBIENTE, ILUMINAÇÃO

CMYK
TIPOLOGIA DE CORES: TENDÊNCIAS, TENDÊNCIAS, TENDÊNCIAS

RGB
RELAÇÕES LINGÜÍSTICAS: MONOCROMÁTICA, COMPLEMENTAR, QUADRANGULAR, TRIANGULAR

SIGNIFICADOS
CORMÁTICA: VERMELHO, AMARELO, VERDE, AZUL, ROXO, CINZA, BRANCO, PRETO

TERMINOS

CORES

Fonte: GOMPE, 2016.

Fonte: LAMBERTI, 2010.

PSICOLOGIA DAS CORES

As cores podem nos estimular não por provocar uma associação, mas por atuar diretamente em algum aspecto de nosso corpo ou cérebro? A maioria dos cientistas sugeriria que mesmo respostas emocionais ou subconscientes à cor têm alguma base na associação linguística. Outros porém, afirmam que existem certos significados “naturais da cor” que nos afetam independentemente do condicionamento social e cultural (FRASER, p. 22, 2012).

CORES

Fonte: GOMPE, 2016.

Fonte: GOMPE, 2016.

PSICOLOGIA DAS CORES

Cor	Associação
Branco	Pureza, limpeza, refinamento; mais principalmente associações positivas
Preto	Muitas vezes, emoções negativas, como luto ou infelicidade, mas também elegância, alta qualidade, poder, mistério
Amarelo	Alegria, frescor, vitalidade, um ambiente caloroso e confortável
Verde	Refrescor, esperança, saúde, relaxamento, frescor, saúde, liberdade
Azul	Calma, racionalidade, segurança, harmonia, amizade, esperança, poder, confiança, confiança, autoridade
Vermelho	Estimulação, excitação - paixão (amor, paixão) ou negatividade (ódio), vitalidade, atividade, novidade mas também agitação e ira
Laranja	Poder, determinação, e formalidade
Lilás	Estabilidade, segurança, vida longa, mistério, divinos, terra
Marron	Estabilidade, seriedade, poder, riqueza
Ouro	Prezados, riqueza, nobreza, riqueza
Púrpura	Prezados, riqueza, nobreza, riqueza, vida, simulação, vitalidade

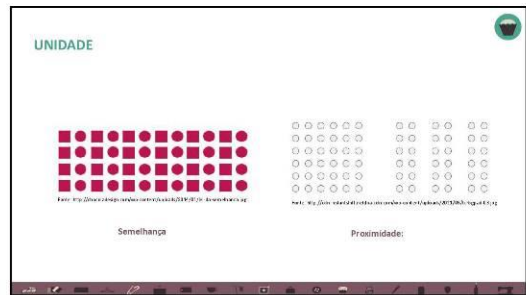
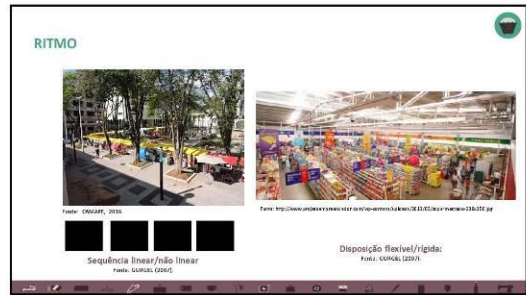
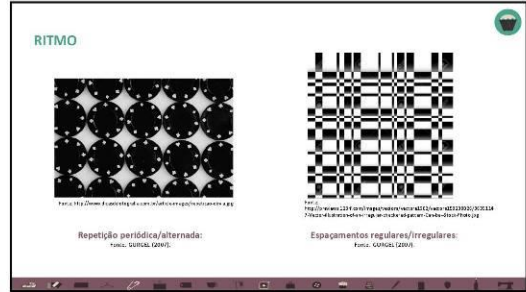
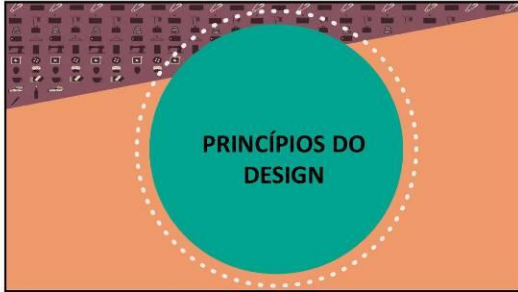
Fontes: Munsell (1954); Angermayr (1980); Kirwin (1980).

CORES

Fonte: GOMPE, 2016.

Fonte: GOMPE, 2016.

26/10/2016



26/10/2016

UNIDADE

Fonte: http://img200photos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-prn1/1015111_1015111_1015111_1015111_1015111.jpg
Fonte: http://img200photos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-prn1/1015111_1015111_1015111_1015111_1015111.jpg

Continuidade:
Fonte: BURKH (2015)

VOLUME

Espessura: grande/pequena
Peso: leve/pesado

VARIEDADE

Diferença
Distanciamento

VOLUME

Fonte: http://img200photos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-prn1/1015111_1015111_1015111_1015111_1015111.jpg

VOLUME

Altura: alto/mediano/baixo
Largura: largo/estrito

AROMAS

Naturais
Artificiais

26/10/2016



TAREFA DE CASA

- A partir dos elementos apresentados esbosar, rabiscar e criar composições que possam ser utilizadas em sua barraca.
- Observar como as pessoas circulam pela feira de artesanato e como observam os produtos expostos e comercializados na sua barraca.

LEMBRETE
Durante a sexta-feira (23/09/16) a aula do Prof.º Adilson Mello acontecerá na Feira de Artesanato AAT, a partir das 09:30h.



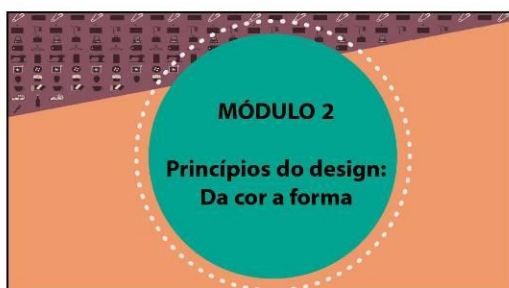
APÊNDICE H – Slides da oficina – módulo III

26/10/2016



TAREFA DE CASA

- A partir dos elementos apresentados esboçar, rabiscar e criar composições que possam ser utilizadas em sua barraca.
- Observar como as pessoas circulam pela feira de artesanato e como observam os produtos expostos e comercializados na sua barraca.



MÓDULO 2

FORMA E CONTORNO

CORES

PRINCIPIOS DO DESIGN

A atividade de hoje consiste em compreender a importância da informação por meio da padronização da sinalização. Acredita-se que através disso fica mais claro para o cliente buscar produtos específicos e a barraca de cada artesão (a).

Para isso torna-se necessário entender sobre circulação e como o consumidor vê os elementos dispostos em cada barraca. Tem-se como proposta discutir sobre sinalização, circulação e os possíveis mobiliários que podem ser desenvolvidos para contribuírem na exposição dos produtos.

26/10/2016

26/10/2016

POSSÍVEL SINALIZAÇÃO PARA FEIRA DE ARTESANATO

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/3030870193992111/> Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/4423247624034444/> Fonte: PEREIRA, 2016

Informação e utilização do produto / preço

POSSÍVEL SINALIZAÇÃO PARA FEIRA DE ARTESANATO

Fonte: PEREIRA, 2016

POSSÍVEL SINALIZAÇÃO PARA FEIRA DE ARTESANATO

Fonte: PEREIRA, 2016

ERGONOMIA PARA FEIRA DE ARTESANATO

Circulação

Fonte: GURGEL, 2007.

CIRCULAÇÃO SEM OBSTRUÇÃO

POSSÍVEL SINALIZAÇÃO PARA FEIRA DE ARTESANATO

Fonte: PEREIRA, 2016

ERGONOMIA PARA FEIRA DE ARTESANATO

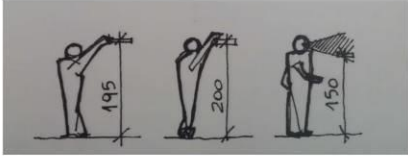
Circulação

Fonte: GURGEL, 2007.

CIRCULAÇÃO COM AUXÍLIO DE EQUIPAMENTO

26/10/2016

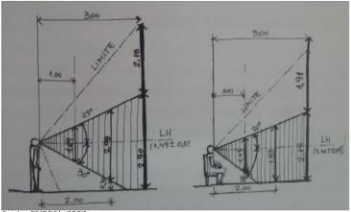
ERGONOMIA PARA FEIRA DE ARTESANATO
Altura de alcance



Fonte: GURGEL, 2007.

MOVIMENTO DE ALCANCE DO PRODUTO

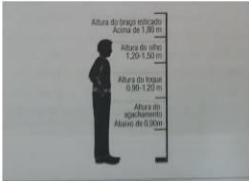
ERGONOMIA PARA FEIRA DE ARTESANATO
Como vejo os produtos?



Fonte: GURGEL, 2007.

MOVIMENTO DO OLHAR

ERGONOMIA PARA FEIRA DE ARTESANATO
Altura de alcance



Fonte: MAIHOTRA, 2013.

MOVIMENTO DE ALCANCE DO PRODUTO

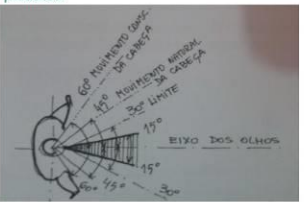
ERGONOMIA PARA FEIRA DE ARTESANATO
Como vejo os produtos?



Fonte: GURGEL, 2007.

MOVIMENTO DO OLHAR

ERGONOMIA PARA FEIRA DE ARTESANATO
Como vejo os produtos?



Fonte: GURGEL, 2007.

ÂNGULO DA VISÃO HORIZONTAL



MOBILIÁRIO NA FEIRA DE ARTESANATO

26/10/2016

VOCÊ UTILIZA MOBILIÁRIOS PARA EXPOR SEUS PRODUTOS? QUAIS SÃO? E PORQUE UTILIZA?

MOBILIÁRIOS UTILIZADOS NA ATT

Fonte: PEREIRA, 2015.

MOBILIÁRIOS UTILIZADOS NA ATT

Fonte: PEREIRA, 2015.

MOBILIÁRIOS UTILIZADOS NA ATT

Fonte: PEREIRA, 2015.

MOBILIÁRIOS UTILIZADOS NA ATT

Fonte: NODINA, 2012.

MOBILIÁRIOS UTILIZADOS NA ATT

Fonte: PEREIRA, 2015.

26/10/2016

MOBILIÁRIOS
Materiais



Fonte: <http://www.wikihow.com/Como-Fazer-Mobiliario-Com-PVC>

Fonte: <http://www.1001ideias.com.br/2013/04/01/1001-ideias-para-fazer-mobiliario-com-pvc/>

Fonte: <http://www.1001ideias.com.br/2013/04/01/1001-ideias-para-fazer-mobiliario-com-pvc/>

Fonte: <http://www.1001ideias.com.br/2013/04/01/1001-ideias-para-fazer-mobiliario-com-pvc/>

Cano de PVC

MOBILIÁRIOS
Algumas possibilidades



Fonte: FEIRA, 2016.

FEIRA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA EM SÃO PAULO

MOBILIÁRIOS
Materiais



Fonte: <http://www.1001ideias.com.br/2013/04/01/1001-ideias-para-fazer-mobiliario-com-pallets/>

Fonte: <http://www.1001ideias.com.br/2013/04/01/1001-ideias-para-fazer-mobiliario-com-pallets/>

Pallets

MOBILIÁRIOS
Algumas possibilidades



Fonte: FEIRA, 2011.

FEIRA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA EM SÃO PAULO

MOBILIÁRIOS
Materiais



Fonte: <http://www.1001ideias.com.br/2013/04/01/1001-ideias-para-fazer-mobiliario-com-caixotes-de-feira/>

Fonte: <http://www.1001ideias.com.br/2013/04/01/1001-ideias-para-fazer-mobiliario-com-caixotes-de-feira/>

Caixotes de feira

MOBILIÁRIOS
Algumas possibilidades



Fonte: FEIRA, 2011.

FEIRA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA EM SÃO PAULO


26/10/2016

MOBILIÁRIOS
Algumas possibilidades



Fonte: PEREIRA, 2016.

MOBILIÁRIOS
Algumas possibilidades




Fonte: <http://83.blogspot.com/>
<http://www.1000ideas.com.br/2014/04/10/1000-ideias-de-decoracao-para-uma-casa-moderna.html>

Fonte: <http://www.1000ideas.com.br/2014/04/10/1000-ideias-de-decoracao-para-uma-casa-moderna.html>

Fonte: <http://www.1000ideas.com.br/2014/04/10/1000-ideias-de-decoracao-para-uma-casa-moderna.html>

MOBILIÁRIOS
Algumas possibilidades



Fonte: PI RUIBA, 2016.

MOBILIÁRIOS
Algumas possibilidades



Fonte: <http://83.blogspot.com/>
<http://www.1000ideas.com.br/2014/04/10/1000-ideias-de-decoracao-para-uma-casa-moderna.html>

Fonte: <http://www.1000ideas.com.br/2014/04/10/1000-ideias-de-decoracao-para-uma-casa-moderna.html>

MOBILIÁRIOS
Algumas possibilidades



Fonte: PEREIRA, 2016.

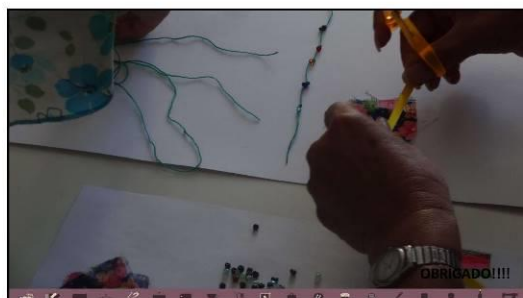
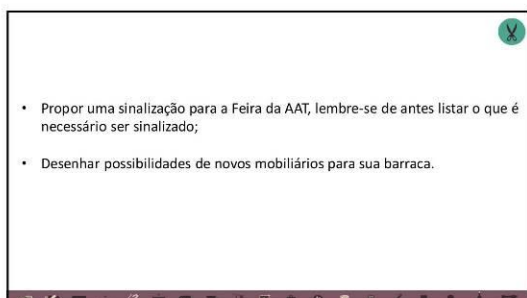
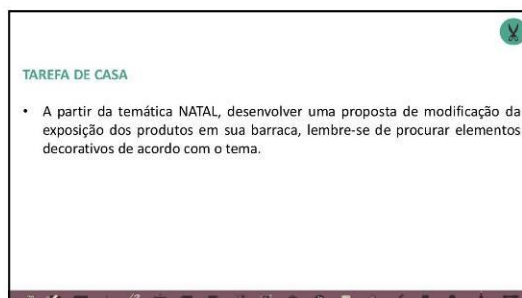
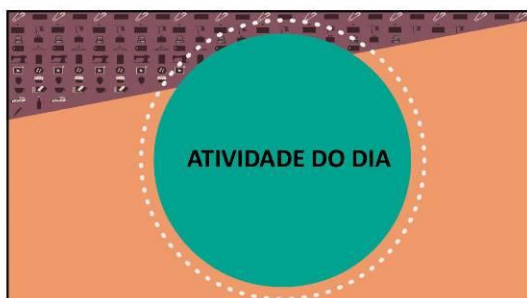
MOBILIÁRIOS
Algumas possibilidades – Estudo de caso loja Endossa



Fonte: <http://83.blogspot.com/>
<http://www.1000ideas.com.br/2014/04/10/1000-ideias-de-decoracao-para-uma-casa-moderna.html>

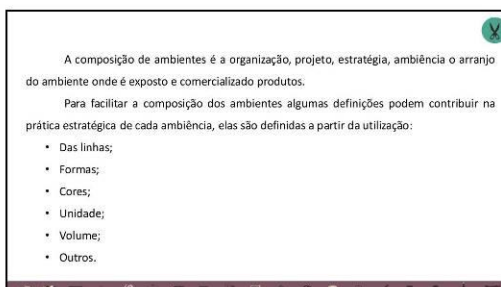
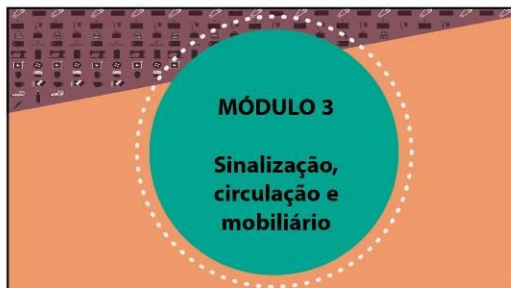
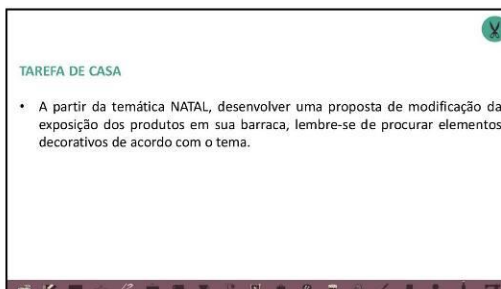
Fonte: <http://www.1000ideas.com.br/2014/04/10/1000-ideias-de-decoracao-para-uma-casa-moderna.html>

26/10/2016



APÊNDICE I – Slides da oficina – módulo IV

26/10/2016



26/10/2016

A partir disso, algumas tipologias podem ajudá-los a construir um projeto interessante.

Essa tipologias são elementos esquematizados que levam em consideração as possibilidades diversas, são regras estabelecidas que dão possibilidade de usos diversos. Criar uma tipologia consiste em encontrar e definir um certo número de classificações que podem dar conta de análises e estudos de realidades complexas (DEMESTRESCO, REGAMEY, 2013).

TIPOLOGIAS
Carregada

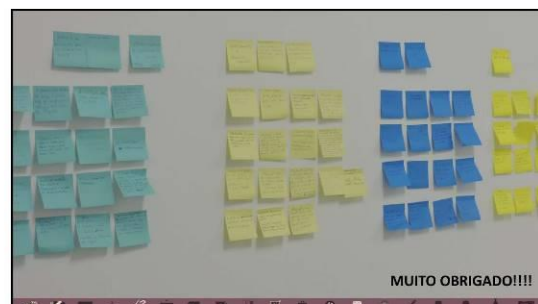
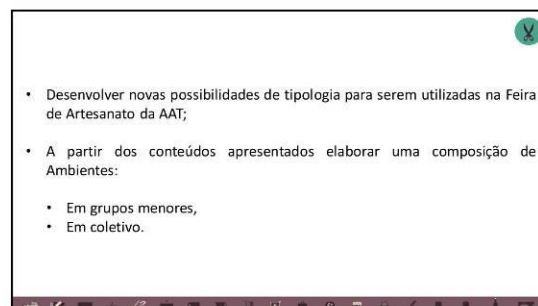
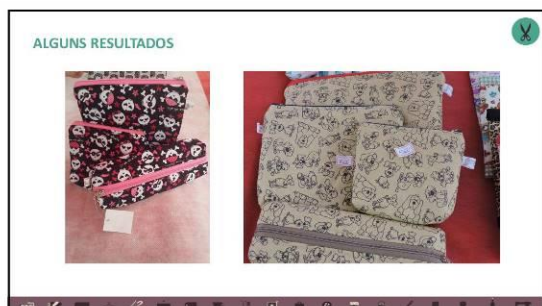
TIPOLOGIAS
Limpa



TIPOLOGIAS
Data comemorativa



26/10/2016



APÊNDICE J – Avaliação da oficina

AVALIAÇÃO DA OFICINA DE TIPOLOGIA VISUAL PARA FEIRA DE ARTESANATO

09/12/2016 e 16/12/2016

NOME:

GERAL

Renda familiar: () Até 01 salário () Entre 1 e 5 () Entre 5 e 8 () Acima de 8 salários

Você é o principal responsável pelo sustento da sua família? () Sim () Não

Quanto da sua renda familiar provem do artesanato?

() Nada () Menos da metade () Metade () Mais da metade () Tudo

Qual o tempo dedicado ao artesanato?

Você usa matéria prima reciclável (pet, papelão, etc.) na produção?

() Sim () Não Se sim, quais?

Você se preocupa em reaproveitar materiais (sobras da produção)?

() Sim () Não

Quantidade de peças produzidas em média por mês:

Tempo médio de produção por peça:

Gasto médio com matéria-prima por peça:

Margem de lucro médio por peça:

Quantidade de peças vendidas em média por mês:

Considera justo o valor de comercialização do seu produto?

() Sim () Não

Se não, por quê?

SOBRE A OFICINA

1) A oficina atingiu a proposta ofertada?

() SIM () NÃO

2) A oficina atendeu suas expectativas?

() SIM () NÃO

3) Você conseguiu aplicar o conteúdo proposto pela atividade?

() SIM () NÃO

4) A alteração na exposição dos produtos contribui para o aumento da venda?

() SIM () NÃO

5) Você mudou os principais materiais utilizados para expor seus produtos?

() Sim () Não

Se sim, quais foram as principais mudanças?

6) Quais as contribuições da oficina para você?

SOBRE O PROPOSITOR

1) O papel do pesquisador ofertante da oficina foi de:

() Consultor () Professor () Mediador () Facilitador

2) Houve clareza nas explicações dadas pelo pesquisador?

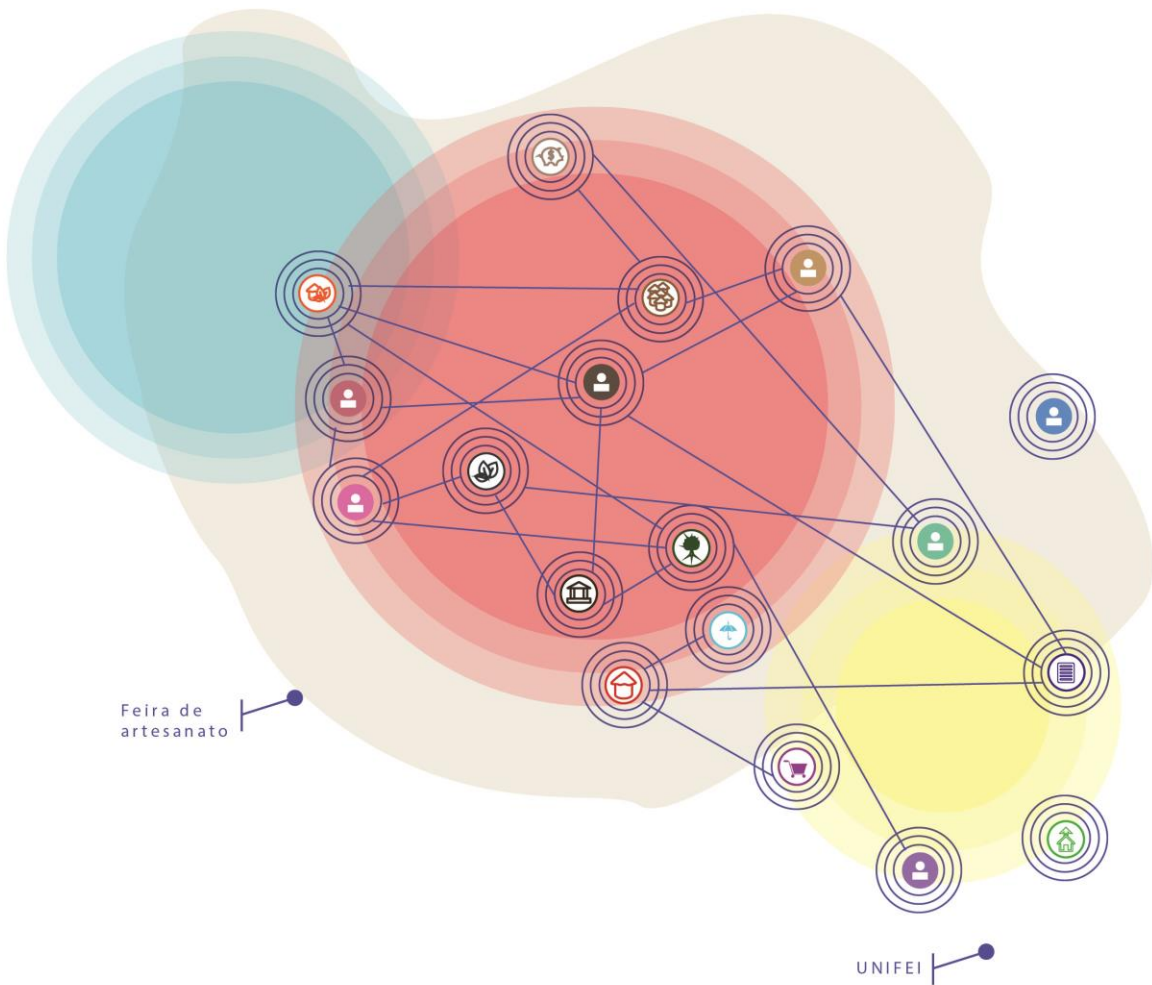
() SIM () NÃO

3) Os slides apresentados nos módulos da oficina contribuíram para seu aprendizado?

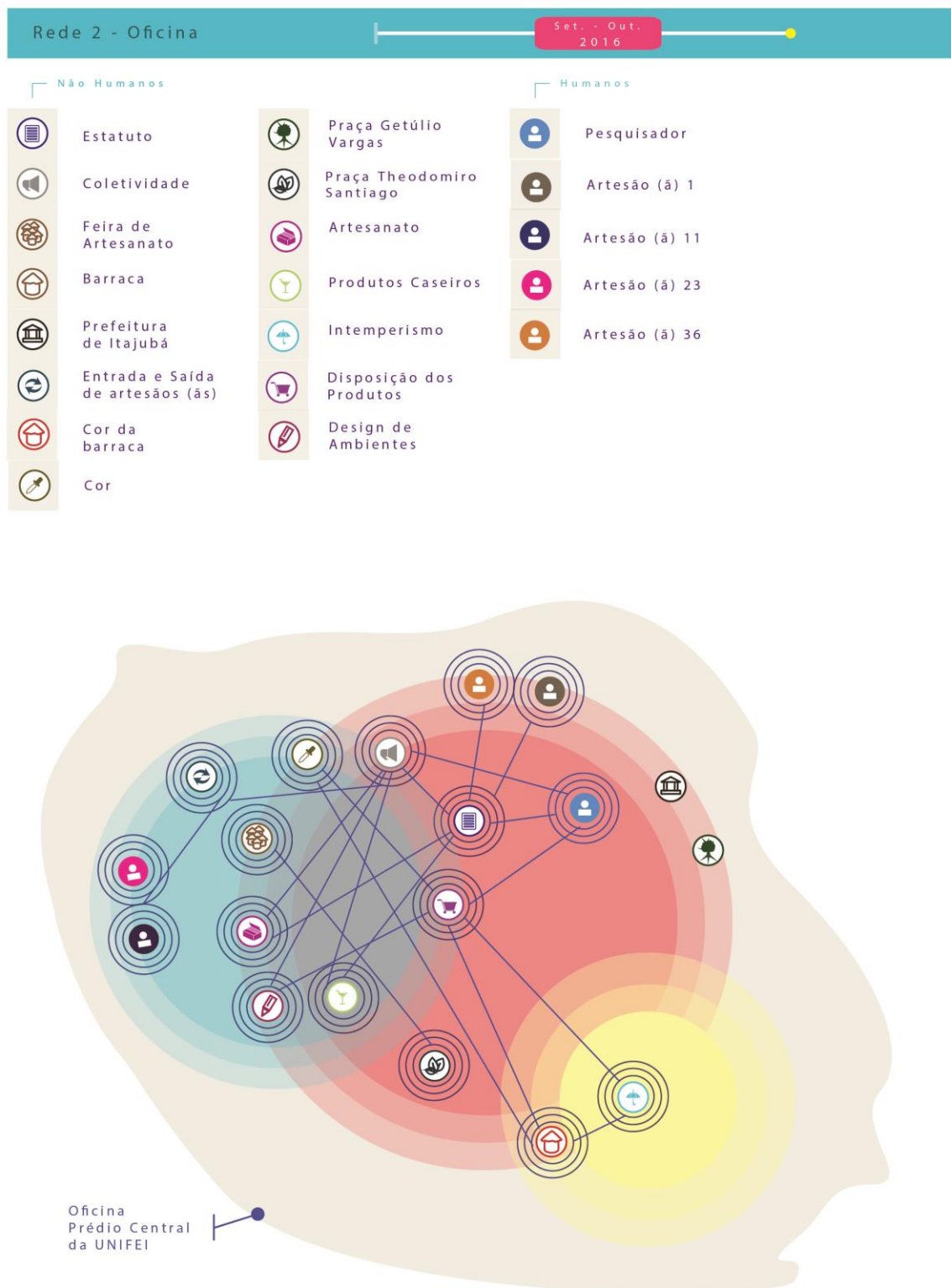
() SIM () NÃO

OBSERVAÇÕES:

APÊNDICE K – Rede 1: Pesquisa de campo pré-oficina



APÊNDICE L – Rede 2: Oficina



APÊNDICE M – Rede 3: Análise e resultados da oficina

