



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

CONTRIBUIÇÕES DO *DESIGN* PARA INOVAÇÃO NA ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS DE ARTESANATO: O EXEMPLO DO GRUPO CULTARTE

Emyle dos Santos Santos

Universidade Federal da Bahia – UFBA
emyle_sant@hotmail.com

Nilda Silva de Oliveira

Universidade Federal da Bahia – UFBA
noliveira@uneb.br

Úrsula Quaresma

Universidade Federal da Bahia – UFBA
projetandomoda@gmail.com

Ana Beatriz Simon Factum

Universidade Federal da Bahia – UFBA
biasimon@gmail.com

Paulo Fernando de Almeida Souza

Universidade Federal da Bahia – UFBA
mensagemdopaulo@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Os relatos que compõem este artigo são frutos de uma experiência colaborativa entre o Coletivo de Arte e Cultura do Cabula (CULTARTE) e a equipe de pesquisadores acadêmicos, composta por alunos do componente curricular *Design* para Inovação Social do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais (PPGAV) da Escola de Belas Artes (EBA) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), de natureza teórico-prática, desenvolvido na perspectiva de estabelecer diretrizes de casos promissores com interação projetual em cenários de inovação social mediados pelo *modus operandi* do *design*, objetivando a autossustentabilidade dos grupos em estudo. O referido componente curricular foi desenvolvido sob a responsabilidade dos professores Paulo Souza e Ana Beatriz Factum, no período de fevereiro a junho do ano de 2016.

O delineamento da experiência teve como referencial metodológico a pesquisa-ação, sendo o Grupo CULTARTE a base empírica, isto é, “pesquisa voltada para descrição de situações concretas e para a intervenção ou ação orientada em função da resolução de problemas efetivamente detectados nas coletividades consideradas” (THIOLLENT, 2006, p.15). Alinhados com as teorias talhadas em sala de aula como metodologias e processos do



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

design; pesquisa-ação; pesquisa participativa; inovação social; método CANVAS; e sistematização da experiência; enfim, todo referencial teórico que auxiliasse na definição de um caminho crítico que levasse à organização da proposta, à definição das etapas e à compreensão do universo CULTARTE.

O viés do curso foi com ênfase na ação do reconhecimento da pesquisa etnográfica que, por definição, é um estudo feito para compreender como as pessoas conduzem suas vidas, realizado de preferência nos locais onde elas vivem ou trabalham. Todavia, diferentemente dos antropólogos, quando *designers* executam uma etnografia não focalizam em decodificar toda a estrutura de uma cultura. A etnografia proposta pelo *Design* visa à compreensão de situações de uso e pontos de vista que possam ser úteis para um projeto. Isso acontece porque os *designers* estão sempre projetando algo e, como se sabe, todo projeto possui restrições de tempo, custo e recurso. Com essas limitações em mente, coube aos pesquisadores acadêmicos definirem a melhor maneira de ganhar conhecimento sobre o grupo focal, sem que isso conflitasse com a dura realidade restritiva de um projeto (PINHEIRO; ALT, 2012).

Outra orientação recebida pelos pesquisadores acadêmicos foi a de que eles deveriam observar, sem interferir diretamente, a fim de garantir um mergulho empático, isso demanda sair da bolha, “ter um olhar curioso e inocente como uma criança é esse olhar a chave para penetrarmos no universo dessas pessoas, sem preconceitos e ávidos para aprender novos pontos de vista” (PINHEIRO; ALT, 2012, p. 76). Ainda nas aulas teóricas, foi esclarecida a importância do papel da pesquisa-ação para promover estudos e aprendizagem para o grupo participante, proporcionando meios para que este seja capaz de construir suas próprias respostas com maior eficiência, diante dos problemas socialmente vivenciados, assumindo-se como agente transformador, fazendo uso da voz e da vez (THIOLLENT, 2011).

Nesse contexto, foi estabelecida a parceria entre os pesquisadores acadêmicos (alunos do curso) e os pesquisadores da comunidade (Grupo CULTARTE), tendo de um lado os pressupostos teóricos do *Design* para Inovação Social e, do outro lado, o atendimento das demandas de um grupo de artesanato, com a meta de identificar e fortalecer ações organizacionais, com vista à autossustentabilidade, mediada pela metodologia participativa, o que fez o componente desenvolver-se paralelamente entre a teoria e a prática, em um vai e vem constante, ou seja, a pesquisa foi desenvolvida com base no referencial indicado, bem como, este foi ampliado de acordo com o desenvolvimento do trabalho e da interação com a base empírica.



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

[...] Não se pode desprezar a pesquisa teórica, pois ela é de fundamental importância para dar sentido a própria pesquisa-ação, acompanhando o próprio desenrolar da pesquisa, levando a uma deliberação acerca dos argumentos a serem estabelecidos na conclusão. (THIOLLENT, 2011, p. 15).

Com essa ótica, fundamentou-se a proposta de trabalho para a execução do projeto, sabendo-se que era dever de todos primar por uma inter-relação saudável com respeito à dinâmica do grupo CULTARTE, como um todo e à vontade soberana do coletivo, dentro da perspectiva da Educação – saberes e prática com ênfase na Sustentabilidade.

Assim, este artigo é composto de introdução, na qual se inicia pela a apresentação do Grupo CULTARTE e um breve panorama de sua história. Em seguida, a conceituação de *Design* para a Inovação Social e depois se estabelece a relação de *design* mais Artesanato para a formação de uma Feira, explicitando quais os conceitos adotados para a construção de uma feira de artesanato mediada através da abordagem metodológica participativa e colaborativa em *design*. Apresenta-se, também, o estudo de similares como referências para o processo de sistematização do conhecimento. O registro de toda essa caminhada foi compartilhado, o que resultou em uma aplicação prática com a elaboração da cartilha “Como organizar Feiras de Artesanato”. Por fim, têm-se as considerações finais e as referências utilizadas.

2 CONHECENDO O CULTARTE – UM POUCO DA SUA HISTÓRIA

A aproximação entre os pesquisadores acadêmicos e o grupo CULTARTE foi intermediada pela Professora Ana Beatriz Factum, promovendo o estreitamento dos laços para o desenvolvendo de uma inter-relação empática e proveitosa. O conhecimento sobre a origem do grupo deu-se por meio da pesquisa de natureza bibliográfica e levantamento documental, objetivando compreender o universo do Grupo CULTARTE, a fim de construir um diagnóstico com informações fidedignas, iniciou-se, também, a pesquisa de campo com observação direta e intensiva.

As informações disponibilizadas na *internet*, no endereço eletrônico da Incubadora de Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP), permitiram encontrar a história do grupo e seus primeiros passos na referida incubadora. A origem do grupo CULTARTE está vinculada ao 2º Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária (ETBCES-II) 2012, no qual foi criado um espaço destinado a servir refeições diversas, em que artesãos e artistas também tiveram a possibilidade de expor seus trabalhos. Ao final do evento, um grupo de participantes procurou a responsável pelo projeto de Trabalho de Base Comunitária (TBC),



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

para informar o desejo de continuar juntos em outros eventos. Elaboraram uma relação assinada pelos quarenta participantes interessados, a qual foi encaminhada para a Incubadora de Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP).

Identificamos que uma vez incubado, o grupo CULTARTE começou a se organizar, elaborando seus objetivos, apontando a periodicidade para realização da feira, a estrutura mínima necessária, definição dos possíveis espaços, material de divulgação, fardamento, mobiliário, ponto de água e energia e um palco, bem como se desenhou para a instituição uma contrapartida, atividades extensionistas de oficinas de artesanato e exposições, as quais devem constar no regimento. Essas pretensões contidas no documento embrionário, disponível na *internet*, demonstram que o grupo procurou o caminho certo ao inserir-se no ITCP, pois foi se fortalecendo dentro de seu próprio tempo, custo e recursos, o que corrobora com o que é dito na teoria apresentada por Pinheiro e Alt (2012).

Na pesquisa documental, foi localizado também o memorial da criação da marca desenvolvida por alunos da graduação do curso de *Design*, sob orientação da Professora Dra. Ana Beatriz Factum e do Prof. Dr. Cid Ávila, bem como o perfil no *facebook* criado por Taís Oliveira, ex-monitória de extensão do projeto *Acesso Design*.

Enfim, o cenário diagnosticado apontou que por o grupo CULTART estar incubado no ITCP, vinculado ao ETBCES e TBC, vem se organizando legalmente por meio da elaboração do seu próprio regimento, o que permitirá participar de ações governamentais relacionadas à Economia Solidária, dando maior possibilidade de atuação ao grupo. Percebe-se, também, a participação do grupo colaborando e gerando dados para pesquisas acadêmicas de grande relevância, uma vez que o grupo não se opõe a participar das pesquisas solicitadas, e sempre recebe os estudantes dos diversos cursos da UNEB, tendo professores como articuladores.

Notou-se, também, que o grupo CULTARTE, na fase inicial de construção, possuiu alta rotatividade e descontinuidade dos participantes, o que impactou na finalização do regimento, previsto atualmente para o início do segundo semestre de 2016. Quanto ao espaço, não há um ponto fixo e o mobiliário até o momento é feito por arranjos de mesas com pranchões de divisórias e/ou portas. No entanto, o grupo vem se reunindo quinzenalmente, o que torna evidentes a força e a vontade de se estruturar como Grupo, de fato, e o desejo de vir a ser uma associação ou uma cooperativa. A motivação e o entusiasmo das artesãs são constantes quando estão reunidas, sempre buscando solução para cada dificuldade encontrada. Essa é a poética do Grupo CULTARTE.



3 *DESIGN* PARA INOVAÇÃO SOCIAL

Alguns estudiosos como Jeugou (2003); Meroni (2007) e Emude (2006), dentre outros, apresentam farta literatura sobre a necessidade premente de mudanças na sociedade, com ênfase na sustentabilidade e apontam que “mudar” só será possível se houver um processo de aprendizagem social, com o uso das mais diversas metodologias que trabalhem a criatividade, o conhecimento e as capacidades organizacionais de modo aberto e flexível, capaz de romper os padrões consolidados, guiando a sociedade rumo a novos comportamentos e modos de pensar (MANZINI, 2008).

Ainda, segundo esse autor, o termo inovação social refere-se à:

Mudança do modo como os indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades. Tais inovações são guiadas mais por mudanças de comportamento do que por mudanças tecnológicas ou de mercado, geralmente emergindo através de processos organizacionais “de baixo para cima” em vez daqueles de cima para baixo. (MANZINI, 2008, p. 61).

Manzini (2008) continua sua argumentação expondo que o papel do *designer* é fundamental e deve começar compreendendo o contexto no qual irá atuar e gerar transformações. Devem-se compreender as mudanças já em progresso da sociedade em rede e do conhecimento o qual exige dos atores sociais, entre eles os *designers*, novas formas de pensar e agir.

Para Pinheiro e Alt (2012, p. 76), “a inovação é fruto da criatividade colocada em prática com o intuito de gerar resultados positivos para o negócio e criar impacto positivo para as pessoas, pois sem foco nas pessoas não há inovação sistemática”. Os referidos autores ainda diferenciam, ressaltando que:

Inventar é trazer à tona algo novo, investir dinheiro em ideias. Inovar é transformar ideias em valor. É gerar soluções que transformam a maneira como as pessoas vivem e trabalham e, principalmente, equilibram benefícios para negócios e sociedade. Enfim, “a inovação está onde há valor percebido pelas pessoas. Sem isso não há inovações”. (PINHEIRO; ALT, 2012, p. 17-24).

De acordo com a Young Foundation (2006), as inovações sociais, assim como todos os processos de inovação, emergem, amadurecem e se difundem em uma curva “S”: de ideias novas em folha, passam a soluções maduras e, finalmente, a soluções implementadas.

O grupo CULTARTE pode servir como exemplo para as reflexões apresentadas anteriormente pelo referencial teórico ao analisar que se trata de um grupo que tem consciência do seu poder transformador, e que deseja impactar o bairro onde está inserido, o



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

Cabula, com ações afirmativas, por isso foi buscar na UNEB caminhos que o legitimassem perante a própria sociedade, sendo incubado pela Incubadora de Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP), com o objetivo de elaborar o regimento do grupo e para garantir o fluxo natural do processo de inovação (as ideias sociais emergem, amadurecem e se difundem).

A abordagem dos problemas apresentados pelo grupo CULTARTE seguiu uma dinâmica colaborativa, tendo início a partir do desejo do grupo em retomar suas atividades e construir um evento periódico para comercialização dos artigos produzidos pelos membros do coletivo. Tal proposta foi apresentada como possibilidade de aplicação prática dos estudos em *Design para Inovação Social e Design Colaborativo*. Nesse sentido, buscaram-se meios para contribuir efetivamente com grupo na perspectiva de alinhar o processo de comunicação, apresentação do grupo, avaliação da qualidade do produto, atendimento e preço. Enfim, a contribuição desejada é que estes atributos juntos façam a diferença e ajudem a fortalecer a imagem e o objetivo do grupo CULTARTE.

Vale ressaltar que segundo Souza e Factum (2009), o *Design Participativo* congrega um conjunto de estratégias, as quais visam dar aos participantes a oportunidade de atuarem, decisivamente, na tomada de decisões, com destaque para o aumento da autoestima, participação individual e envolvimento em um projeto coletivo. (SOUZA; FACTUM, 2009, p. 131).

3.1 *DESIGN* + ARTESANATO = FEIRA CULTARTE

Com o objetivo de contextualizar o conceito de Feira, identificou-se que a comercialização de produtos ao ar livre, como descreve Lima e Sampaio (2009), é um fenômeno muito antigo e remonta a momentos históricos consolidados na Idade Média, entre os povos gregos e romanos. Sousa (2004 *apud* Lima; Sampaio, 2009) levanta a hipótese de que a produção excedente de produtos seja a causa principal da formação de feiras. Assim, o intercâmbio de mercadorias se deu pela necessidade de trocas desses excedentes da produção alheia.

O que fica claro, no entanto, é que desde o surgimento das feiras, seja qual for a sua natureza, além de ser o *locus* de exposição dos produtos, elas criam, também, um espaço de relações econômicas, sociais e culturais, tornando-se, ao mesmo tempo, um local de construção de identidade relacionada intimamente com todos os seus agentes participantes (BOECHAT; SANTOS, 2011).



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

Adotando tal perspectiva, em que se valoriza não apenas o evento de comercialização, bem como as demais relações subjetivas nele envolvidas, empreendeu-se o planejamento coletivo para um evento de comercialização, a fim de valorizar e reforçar relações culturais. A necessidade desse evento foi apresentada pelo grupo CULTARTE, cujo evento de comercialização já se encontrava estabelecido, porém com algumas dificuldades para sua realização, pois o evento original havia se estagnado e quase não acontecia mais, necessitando de um novo formato.

A feira de artesanato do CULTARTE está prevista para acontecer mensalmente no pátio da biblioteca da UNEB e conta, a cada edição, com a participação de antigos e novos integrantes do grupo. Nessas mostras, as artesãs expõem os produtos de sua produção e, quando possível, propõem interagir com atividades recreativas, buscando apresentar um diferencial ao público participante da feira o qual, geralmente, é composto por professores, técnicos, alunos e visitantes da própria instituição.

Para retomada da Feira CULTARTE, no primeiro semestre 2106, os pesquisadores acadêmicos construíram as estratégias, considerando que o evento de comercialização coletiva possui relação com o local e com o seu entorno, com a periodicidade em que acontece, com a cultura local, com os produtos e com os produtores dos artefatos comercializados. Entendendo que todas essas variáveis podem interferir e contribuir com a forma e a identidade do evento de comercialização, optou-se por uma construção coletiva, tanto para desenvolvimento do conceito do evento que se desenhava, quanto para todas as demais decisões que permeavam a processo de *codesign* de uma feira.

Entende-se por *codesign* da feira, o processo do pensar e fazer coletivamente, em parceria com um grupo multidisciplinar, como é colocado por Kleinsmann (2006 *apud* CASTRO *et al*, 2012), que apresenta o *codesign* como um processo de compartilhamento de conhecimentos, com um objetivo comum para desenvolver um produto.

Importa salientar que a equipe de pesquisadores acadêmicos não focou na melhoria do *design* dos produtos, mas sim na exposição *destes*, visando valorizar o objeto artesanal, que possui valor agregado na sua essência, e sua individualidade, associado ao seu caráter manual, aproxima o usuário do objeto e, de certa forma, de todo o processo de confecção e de identidade que ele carrega. Para Borges (2011 p. 147), “O designer precisa se abrir para as virtudes do objeto, observá-lo com atenção, procurar compreendê-lo, perceber a riqueza e a criatividade embutidas num trabalho é essencial”.



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

Portanto, os demais produtos classificados como manualidades pelo Programa de Artesanato Brasileiro (PAB) foram respeitados, pois a preocupação com as artesãs transcendeu os aspectos racionais, indo ao encontro dos aspectos sociais (pessoas, qualidade de vida, geração de renda e trabalho) e econômicos (formas de inserção no mercado e alternativas de comercialização). Nesse sentido, o processo de atuação do *design* diante das demandas buscou promover a inovação de relações entre produto, serviço e mercado, envolvendo usuário, sociedade, meio ambiente e economia.

A atividade de elaboração da feira CULTARTE possuiu caráter prático e colaborativo. Considerando do ponto de vista gerencial e estratégico, foi uma atividade que se concentrou no fomento do artesanato, enquanto fazer manual e saberes da cultura popular, na qual o *design*, como conhecimento erudito, acadêmico e formal, assumiu o papel de mediador na construção de soluções inovadoras para a implementação de uma feira de produtos artesanais.

Por meio dos procedimentos colaborativos entre *design* e artesanato, foi possível registrar, organizar, analisar informações e desenvolver ações capazes de identificar as necessidades sinalizadas pelo grupo CULTARTE para melhoria do processo de comercialização dos produtos artesanais e geração de renda. Após uma rodada de escuta sensível, entendeu-se que seria necessário traçar uma estratégia de acesso às demandas do grupo CULTARTE e, também, seria necessário fazer o grupo vislumbrar suas limitações com senso crítico, a fim de aperfeiçoá-lo.

Seguindo com as sessões colaborativas, agora mediadas pela matriz FOFA como ferramenta estratégica. A sigla FOFA significa forças, oportunidades, fraquezas e ameaças. Muito conhecida como matriz SWOT - em que as letras significam Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças) - e amplamente usada por empresas para ter uma visão clara e objetiva sobre quais são as forças e fraquezas no ambiente interno, e as oportunidades e as ameaças no ambiente externo, permitindo analisar e elaborar estratégias para obter vantagem competitiva e melhorar o desempenho organizacional.

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises de cenário (ou análises de ambiente), sendo usada como base para a gestão e o planejamento estratégico de uma organização. É um sistema simples para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão. (DAYCHOUW, 2007, p. 08).



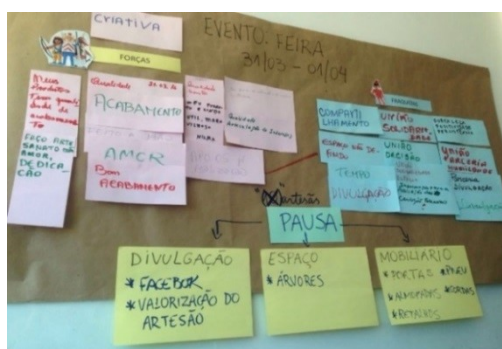
VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

Essa simplicidade descrita por Daychouw (2007) permitiu ao grupo CULTARTE analisar os cenários e elaborar com os pesquisadores acadêmicos, estratégias em prol da sua continuidade. Importa salientar que ao estabelecer relação cotidiana com grupos em estado de vulnerabilidade social, é necessário ter cuidado para não se estabelecer hierarquias. Dessa forma, as trocas acontecem e ampliaram as perspectivas em prol do mesmo objetivo, a realização de uma feira de artesanato planejada, organizada e coordenada.

Após a análise do cenário, fez-se necessário criar um conceito capaz de informar e atrair compradores, nascendo o tema PAUSA para ser amplamente divulgado e usado nas edições do evento, tema esse criado pelo grupo com base no comportamento do consumidor local, mas com total liberdade de ser alterado para estar alinhado com datas comemorativas (natal, dia das mães e namorados) até conceitos como décadas (retrô, hippie), estações do ano (verão tropical, feira da primavera) e outras situações mais abstratas como o conceito de domingueira, atividades de lazer realizada aos domingos ou a de “pausa”, proposta de dar uma parada nas atividades do cotidiano e trabalho para dedicar um tempo à arte, ao artesanato e à cultura popular.

Após a aplicação da matriz FOFA (Figura 1) e sessões colaborativas com o grupo CULTARTE, identificou-se que o mobiliário era a necessidade mais urgente, pois a ausência deste interferia em uma série de processos, como a exposição dos produtos, o *layout* da feira, a mobilidade das artesãs e o próprio funcionamento da feira no espaço proposto, que não dispunha de um local para a guarda de mobiliário, necessitando, assim, que este fosse transportado diariamente.

Figura 1 - Fotografia da Matriz Fofa aplicada com o grupo CULTARTE para a realização do evento de comercialização



Fonte: acervo dos autores.

Foram identificadas outras questões para as quais seriam necessárias sugestões e proposições, porém o tempo para tal atividade não era suficiente, limitando os pesquisadores



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

acadêmicos a optarem apenas pela necessidade apontada pelo grupo como sendo a mais urgente. Foi complexo entender e propor soluções para as questões apresentadas, buscando não interferir de maneira impositiva, mas sim buscando opções propositivas e colaborativas.

A fim de propor opções de mobiliário para o grupo CULTARTE, foram delineados os pré-requisitos colocados pelos membros do grupo e *designers* nas sessões colaborativas com o método de *Brainstorm* (tempestade de ideias) com a finalidade de identificar os requisitos que atendessem às necessidades do grupo e, após discussão, cada atributo sugerido foi definido e teve esclarecida a sua função, chegando aos itens mais primordiais, são esses: a mobilidade; a transportabilidade, de preferência ocupar pouco espaço para ser transportado de ônibus; leveza para ser carregado pelo (a) artesão (ã); capacidade de ser desmontado; resistência para suportar a montagem e desmontagem, além do peso dos artefatos expostos; matéria-prima sustentável e padronizável; móvel deveria ser dobrável; ter aparência estética agradável; funcionalidade; e, sobretudo, baixo custo para produção ou aquisição.

Já de posse do conceito do evento e dos requisitos mínimos desejados para o novo mobiliário da feira, partiu-se para um momento de análise mais profunda, buscando identificar casos similares ao grupo CULTARTE, focando nas soluções utilizadas frente às problemáticas apresentadas. Como fruto desse momento de análise de similares, encontrou-se uma profusão de opções de mobiliários que atendia à parte dos requisitos apresentados, porém nenhum deles atendia à expectativa de todos.

Foi necessária mais uma sessão para apresentação de novas opções, sendo destacados os pontos fortes e fracos de cada proposta, a fim de subsidiar uma escolha mais consciente. Ao fim dessa sessão colaborativa, decidiu-se pela opção que melhor atendia às demandas, porém foram acrescentadas novas solicitações, como um local para a artesã se sentar, mesa/bancada para exposição de produtos, almofadas e esteira para compor o conceito “Pausa”, toalha de mesa para ocultar a base da mesa e as sacolas do transporte, sacola ou carrinho para transportar os produtos e o mobiliário de exposição, etiquetas de preço e folder de divulgação.

Com essa perspectiva, entendeu-se que o produto deveria ser um KIT-FEIRA, a fim de abrigar todos esses itens e instrumentalizar o artesão a montar seu espaço de exposição na feira onde quer que seja, dando-lhe autonomia, mobilidade e, ainda assim, fazendo-lhe parte de um grupo, padronizado e organizado.

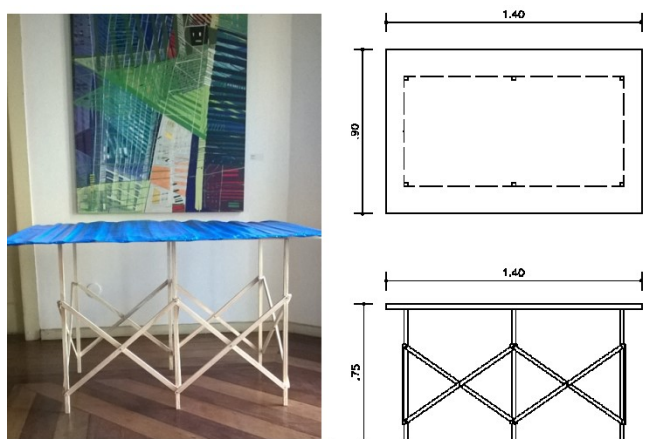
Assim, foi desenvolvido o protótipo do KIT-FEIRA, cuja peça central é uma mesa desmontável em madeira *Pinnus*, de origem renovável e de peso leve (Figura 02), tal mesa



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

pode ser adquirida a baixo custo por fornecedores em sites de comercialização diversos. O KIT-FEIRA (Figura 03) deveria conter: uma mesa para exposição dos produtos, uma toalha de mesa, dois bancos (um para a artesã e um para a composição coletiva), uma esteira, duas almofadas, uma sacola, um local para carregar os produtos e a sua estrutura, as bandeirolas decorativas, os móveis para decoração coletiva, seu material gráfico (etiqueta de preço, camisa padronizada CULTARTE).

Figura 2 – Fotografia e desenho técnico da mesa que compõe o KIT-FEIRA



Fonte: acervo dos autores.

Figura 3 - Fotografia da mesa e do protótipo do KIT-FEIRA



Fonte: acervo dos autores.

Ao fim da elaboração e da apresentação do KIT-FEIRA, sentiu-se ainda a necessidade de contribuir com o grupo CULTARTE, apresentando-se sugestões para as questões as quais não se pode aprofundar a colaboração, em razão do curto tempo. Assim, optou-se pelo desenvolvimento de uma cartilha, a fim de instrumentalizar o grupo com as questões principais para a organização de uma feira. Utilizando-se do conceito de *Design* para



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

Inovação Social, foi desenvolvida a cartilha: Como organizar Feiras de Artesanato, a qual reúne, em etapas, as diretrizes principais para a construção de um evento criativo, comunitário e atraente.

A cartilha apontou práticas capazes de incitar o trabalho coletivo e colaborativo, articulando processos inovadores que resultaram na construção de uma feira gerida pelos próprios artesãos. A cartilha foi construída baseada na experiência desenvolvida com o grupo CULTARTE, porém pode ser utilizado por diversos grupos que desejem construir um evento de comercialização coletivo nos moldes de uma feira.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir a experiência dos pesquisadores acadêmicos vivenciada com o Grupo CULTARTE, ficou o registro da força de uma mobilização coletiva capaz de alcançar resultados mais abrangentes que a descobertas de talentos individuais, percebeu-se na trajetória das 16 semanas, período de março a junho, a superação de obstáculos, com dimensão participativa, crítica e construtiva. Como afirma Thiollent (2006, p. 164), “é animadora a possibilidade de se produzir conhecimento crítico a ser compartilhado com atores sociais” por meios da metodologia participativa.

A seleção dos problemas enfrentados pelo grupo CULTARTE se restringiu à organização da gestão, da comunicação, bem como, à construção de um ambiente temático, como possibilidade de inserir promoções específicas, como foi o caso do dia das mães e do dia dos namorados, sendo adotado o tema “dia do amor”. Todas essas ações aconteceram de forma compartilhada.

É importante ressaltar a importância de a fundamentação teórica ter sido discutida em sala de aula, com os professores e colegas do componente curricular. A metodologia adotada pelos professores de intercalar trabalho de campo com a socialização, em sala de aula, dos resultados obtidos, permitiu que os outros grupos interferissem criticamente no projeto em desenvolvimento, pois a cada nova sessão, os resultados eram enriquecidos com o olhar do outro.

Avaliamos como positiva a inter-relação dos pesquisadores acadêmicos com o grupo CULTARTE. A experiência foi singular e permitiu vivenciar, na prática, o que os teóricos explicitaram em suas teorias. O resultado final dessa experiência culminou com a produção da cartilha **Como organizar Feiras de Artesanato**, a qual foi apresentada no seminário *Design para inovação social*: exemplos de processos colaborativos em Salvador, com a



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

prototipagem do KIT-FEIRA, que foi montado no palco e criado como um ambiente para “PAUSA”. Participaram do evento três representantes que declamaram poesias e deram depoimentos da relação grupo CULTARTE e pesquisadores acadêmicos.

A cartilha reúne em oito etapas as diretrizes principais para a construção de um evento atraente para os negócios. Dedicar um tempo à leitura, à reflexão e, principalmente, à execução do conteúdo apresentado, naquele material, pode ser o primeiro passo para a conquista de novos clientes e o fortalecimento do trabalho das comunidades de artesãos.

Recentemente, obteve-se a informação de que o Regimento do grupo CULTARTE foi concluído, o que, por certo, dará condições de ampliar de forma organizada o número de participantes, uma vez que é desejo do Grupo envolver as comunidades do entorno do Cabula. O grupo de pesquisadores acadêmicos espera que o modelo do evento possa ser replicado em outros bairros da cidade de Salvador.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Marilena; COSTA, Helder. Caderno de Pesquisas em Administração. **Métodos para avaliação da postura estratégica**. São Paulo: v. 08, nº 02, 2001.

BOECHAT, P. T. V. ; SANTOS, J. L. Feira Livre: Dinâmicas Espaciais e Relações Identitárias. In: VIII Encontro Baiano de Geografia e da X Semana de Geografia da UESB, 2011, Vitória da Conquista. **Anais do VIII Encontro Baiano de Geografia e da X Semana de Geografia da UESB**, 2011.

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

BRASIL – Secretaria de Micro e Pequena Empresa. **Programa do Artesanato Brasileiro**. [25 de novembro, 2014]. Acesso em: 04/10/16.

CASTRO, Conrado Gomide de et al. Aprendizagem e Parcerias de Co-design no Processo de Desenvolvimento de Produto no Setor Automobilístico: Caso BLOCK. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 36, 2012, Rio de Janeiro. **Trabalhos Apresentados**. Rio de Janeiro: Enanpad, 2012. p. 1 - 16. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2012_EOR1035.pdf>. Acesso em: 03 out. 2016.

DAYCHOUW, Merhi. **40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento**. 3. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

LIMA, Anna Erika Ferreira; SAMPAIO, José Levi Furtado. ASPECTOS DA FORMAÇÃO ESPACIAL DA FEIRA-LIVRE DE ABAIARA – CEARÁ: RELAÇÕES E TROCAS. In: XIX ENCONTRO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA, 9, 2009, São Paulo. **Anais...**



VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES

São Paulo: USP, 2009. p. 1 - 19. Disponível em:

<[http://www.geografia.fflch.usp.br/inferior/laboratorios/agraria/Anais XIXENGA/artigos/Lima_AEF.pdf](http://www.geografia.fflch.usp.br/inferior/laboratorios/agraria/Anais_XIXENGA/artigos/Lima_AEF.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2016.

MANZINI, E. Tradução: Carla Cipolla. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

PINHEIRO, Tennyson. ALT, Luis, em parceria com Felipe Pontes. **Design Thinking Brasil: empatia colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

SOUZA, P.; FACTUM, A. **O papel do design na promoção de Comércio Justo e Solidário**. In: *Cultura Visual*, n.12, outubro/2009, Salvador: EDUFBA, p. 125-136.

THIOLLENT, Michel. *Metodologia da pesquisa-ação*. 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

THIOLLENT, Michel. **A inserção da pesquisa-ação no contexto da extensão universitária**. In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues; STRECK, Danilo Romeu. (Org.) **Pesquisa participante: o saber da partilha**. São Paulo: Cortez, 2006. Cap. 5 p. 151-167.