



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

NATHÁLIA BRUNET PROCÓPIO DA SILVA

O INSTITUTO MAUÁ E O ARTESANATO NA BAHIA
Análise das estratégias de fomento e promoção do Instituto e os
entrelaces com a economia criativa

Salvador
2014.2

NATHÁLIA BRUNET PROCÓPIO DA SILVA

O INSTITUTO MAUÁ E O ARTESANATO NA BAHIA
Análise das estratégias de fomento e promoção do Instituto e os
entrelaces com a economia criativa

Monografia apresentada ao curso de graduação em Comunicação Social – Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Produção em Comunicação e Cultura.

Orientador: José Roberto Severino

Salvador
2014.2

A gente não precisa de certezas estáticas. A gente precisa é aprender a manha de saber se reinventar. De se tornar manhã novíssima depois de cada longa noite escura. A gente precisa é saber criar espaço, não importa o tamanho dos apertos.

Ana Jácomo

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais pela confiança em mim depositada e pelo conforto do colo que tantas vezes recebi após o cansaço das jornadas de estudo e trabalho. Obrigada, meus coroaas, por toda dedicação e apoio.

Aos meus irmãos, por me tirarem do sério. Por fazerem de mim uma brucutuzinha com bom humor.

Ao meu companheiro, meu Bem. Pelo afeto, pelo incentivo, pela paciência e pela inspiração.

Aos queridos amigos que a Facom me apresentou: Ana Rosário, Ana Beatriz, Camila Brito, Stéfane Souto, Tomás Silva pelos tantos bons momentos compartilhados. E, especialmente, Ana Rosário obrigada por estar sempre presente.

À professora Gica, por instigar o meu senso crítico; à Junia Leite pelo exemplo de profissionalismo e, principalmente, ao meu professor-orientador José Roberto Severino, que desde o primeiro semestre se tornou minha referência na Faculdade. Agradeço, sobretudo, pelo auxílio, confiança e pela tranquilidade transmitida.

RESUMO

Este trabalho busca analisar as estratégias de ação adotadas pelo Instituto de Artesanato Visconde de Mauá para fomento e promoção do artesanato na Bahia no período de 2007 a 2013. O objetivo é apresentar a conjuntura do setor artesanal no estado a partir das interferências da esfera pública e das relações estabelecidas com as proposições da economia criativa. A análise apontou um cenário de difícil escoamento da produção artesanal e de deficiências nas articulações e nas estratégias implementadas pelo Instituto.

Palavras-chaves: Artesanato, Economia Criativa, Políticas Culturais.

LISTA DE ABREVIATURAS

CCPI	Centro de Culturas Populares e Identitárias
CFA	Coordenação de Fomento ao Artesanato
CIAG	Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão social
CESOL	Centros Público de Economia Solidária
CIEC	Centro Internacional de Economia Criativa
CNFCP	Centro Nacional do Folclore e Cultura Popular
CULT	Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura
FBA	Feira Baiana de Artesanato
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
GT	Grupo de Trabalho
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MAUÁ	Instituto de Artesanato Visconde de Mauá
MinC	Ministério da Cultura
PAB	Programa do Artesanato Brasileiro
PIB	Produto Interno Bruto
PNDA	Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato
REDA	Regime Especial de Direito Administrativo
SAEB	Secretaria de Administração do Estado da Bahia
SALTUR	Empresa de Turismo S/A
Sebrae	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEC	Secretaria de Economia Criativa
SECULT	Secretaria de Cultura do Estado da Bahia
SETRE	Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte
SICAB	Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro
SIRH	Sistema Integrado de Recursos Humanos
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	08
CAPÍTULO I – A ERA DA CRIATIVIDADE: CULTURA, POLÍTICA CULTURAL E ECONOMIA CRIATIVA.....	11
1.1. Políticas Culturais.....	13
1.2. Economia Criativa: Conceitos e Abordagens.....	17
CAPÍTULO II – ARTESANATO E ECONOMIA CRIATIVA.....	20
2.1. Conceitos e Reflexões.....	20
2.2. Contexto na Bahia.....	25
CAPÍTULO III – O INSTITUTO DE ARTESANATO VISCONDE DE MAUÁ.....	30
3.1. Histórico e Competências.....	30
3.2. Estrutura Organizacional.....	31
3.3 Linhas de Atuação e Realizações.....	34
3.3.1. Preservação.....	35
3.3.2 Fomento.....	37
3.3.3 Promoção e comercialização.....	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS.....	53
ANEXOS.....	59

INTRODUÇÃO

As crises experimentadas nos últimos anos por grandes economias mundiais, juntamente com as problemáticas sociais, ambientais e culturais também repercutidas em escala global, puseram em cheque as bases do modelo econômico atual e a sua proposta de desenvolvimento. Há muito a humanidade acompanhou a passagem da Era agrícola para a Era das Indústrias, em um passado muito recente a invenção da fibra ótica e dos computadores fez eclodir o que se convencionou de Era da Informação, que numa sucessão de inovações estabeleceram o que Manuel Castells (1999) denominou de “sociedade em rede” com impactos profundos nas relações produtivas, culminando em uma reestruturação do capitalismo e no estabelecimento de uma economia global.

Desde então, com os constantes avanços tecnológicos, a velocidade das mudanças nas dinâmicas econômica e social tem se acentuado, a internacionalização da economia veio acompanhada da necessidade de transformações nas esferas do trabalho e de inovação num mercado cada vez mais competitivo e informatizado. Acrescentou-se a este cenário, também, o aumento da visibilidade de movimentos sociais e a transmutação de valores e interpretações da cultura. Neste ambiente de conflitos e instabilidades, pouco a pouco, um novo tempo parece estar sendo anunciado, cuja engrenagem valeu-se das inovações tecnológicas, mas tem no capital humano sua fonte inesgotável de recursos.

Deste modo, o conhecimento, a criatividade e a cultura vêm sendo pautados como possíveis motores de um novo modelo de desenvolvimento, a partir da perspectiva da “economia criativa”. Delineia-se, assim, um novo conceito, campo de estudo, pensamento político, econômico e social, cuja característica é um prolongamento na percepção das Indústrias Culturais no cenário atual. Mas afinal, sendo a criatividade um produto do pensamento humano tudo cabe em sua conceituação? Quais setores tem nesse modelo um caminho viável de sustentação? Em que dimensões o Estado deve atuar em vista das transformações, e afinal, há interesse governamental no investimento para desenvolvimento social e econômico pautado em novos pilares?

Antes desse cenário anunciado, porém, as imbricações entre o sistema econômico posto e a esfera da cultura já encontram raízes em discussões, Nestor Garcia Canclini, ainda em 1983, propunha a reflexão de que “Ao situar as dúvidas a respeito do

destino das culturas populares no interior do conflito que as corrói, devemos perguntar a respeito do futuro e do valor da cultura, das imagens, dos sistemas de pensamentos e das crenças através das quais tentamos explicar e justificar.” (CANCLINI, 1983 p.16). Nós últimos vinte anos, as oscilações sob o capitalismo e as novas perspectivas, podem imprimir novos lugares para as culturas.

No Brasil o debate vem ganhando dimensão e em 2011 a criação da Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura instituiu politicamente o tema e ampliou o espaço de articulações. Os setores criativos nacionais tem, nesse contexto, uma expectativa de crescimento e desenvolvimento, ancorados em seus potenciais simbólicos e de inovação. Em setores como o design e a moda o elo entre criatividade e inovação é uma constante, mas, em outras esferas a intangibilidade exige um esforço maior de relativização. O artesanato, por exemplo, convoca de imediato a identidade e a tradição. Como lidar com tradição e inovação numa mesma esfera? Nesse sentido, enquanto setor criativo e produto da cultura, como o artesanato vem sendo inserido nas políticas públicas diante desse paradigma de desenvolvimento?

Para tentar alcançar tal compreensão, o ambiente a ser analisado será a Bahia, cuja extensão territorial abrange diferentes culturas e ambientes, repercutindo numa produção artesanal abundante e diversa. No estado, o Instituto de Artesanato Visconde de Mauá é o órgão público representativo do setor, responsável por executar as políticas e estratégias para o desenvolvimento da atividade. Tendo em mente o potencial produtivo do estado e as tendências apontadas pela “nova era”, este trabalho buscará observar o panorama do setor na Bahia, identificando e problematizando os diálogos e as ações sob essas prerrogativas a partir da análise das estratégias de ação adotadas pelo Instituto Mauá.

O primeiro capítulo “A Era da Criatividade: Cultura, Política Cultural e Economia Criativa” apresenta um breve histórico da Economia Criativa e da sua institucionalização na política cultural brasileira, introduzidos a partir da compreensão das transformações pós-industriais e do desenvolvimento de políticas internacionais para a promoção da diversidade. Neste capítulo, também, apresenta-se o conceito adotado para compreensão da economia criativa e o indício da sua relação com o artesanato.

No segundo capítulo “Artesanato e Economia Criativa” são apresentadas reflexões e conceituações do artesanato, embasados pelas características apontadas pelos autores Jorge Fernandez Chiti e Néstor García Canclini, buscando abranger os vieses tanto da materialidade, quanto da intangibilidade no produto artesanal. Neste mesmo capítulo, apresenta-se um panorama das políticas públicas existentes específicas para o setor e, por fim, o contexto do artesanato na Bahia.

O terceiro e último capítulo, “O Instituto de Artesanato Visconde de Mauá” abrange as informações sobre o Instituto Mauá, seu histórico, competências, seu panorama atual e é no qual se desenrolam as análises das suas ações de fomento e promoção para o artesanato na Bahia.

As ações foram analisadas a partir dos Relatórios Anuais de Atividade, sob o recorte temporal dos anos de 2007 a 2013, período de permanência de uma mesma linha política vigente. Há que se ressaltar, período em que há a implantação de uma política de Desenvolvimento Territorial da Cultura, com base na divisão espacial em “Territórios de Identidade”. Foram realizadas, também, entrevistas semi-estruturadas com três artesãos baianos e cinco servidores do Instituto Mauá, buscando apreender as opiniões a cerca dos feitos do Mauá e das concepções sobre a economia criativa, relativizados com os dados contidos nos Relatórios Anuais.

CAPÍTULO I – A ERA DA CRIATIVIDADE: CULTURA, POLÍTICA CULTURAL E ECONOMIA CRIATIVA

A contemporaneidade nos apresenta um cenário econômico mundial cujas configurações estão em processos contínuos de mudanças. Se nos remetermos aos tempos da Revolução Industrial como parâmetro de compreensão destas mudanças, enxergaremos um cenário à época em que a centralidade pautava-se na racionalidade desenfreada. Na produção de mais em menos tempo, com os menores recursos, sem considerar as variáveis sociais, ambientais e simbólicas neste processo; na produção seriada, em larga escala, voltada ao alcance massivo de bens e produtos e, como consequência, na ampliação das desigualdades sociais e econômicas resultantes das relações de trabalho e consumo estabelecidas pela lógica industrial.

Por conseguinte, a globalização, acompanhada dos processos das inovações tecnológicas, imprimiram novas características nas cadeias produtivas que incidiram diretamente no acirramento da competitividade entre as empresas e, assim, na necessidade de estabelecer novas diretrizes que garantissem a sobrevivência no mercado. Neste sentido, Ana Carla Fonseca Reis aponta a 1) Capacidade de diferenciação, 2) a Imagem atrelada e, por fim, 3) a Criatividade como os ativos competitivos que norteiam a economia do que chamamos de era pós-industrial. No entanto, a autora chama atenção:

Dir-se-ia que a criatividade é uma invenção nova, fruto da contemporaneidade, o que claramente não é o caso. É novo, porém, o olhar que lançamos sobre a criatividade, neste novo ciclo econômico que podemos usar a nosso favor. É novo, ainda, o modo de encarar setores que têm por base a criatividade, reconhecendo-lhes um impacto econômico que antes passava despercebido ou francamente negligenciado. (Reis In: BRASIL, 2011, p 74)

A “Era da Criatividade” nasce, portanto, destas transformações pós-industriais frente à revolução da ciência e tecnologia e de uma nova composição do capitalismo em nível mundial que nos sinaliza uma “crescente culturalização da economia, com avanço do trabalho intelectual, mudanças concomitantes nos padrões de consumo, estetização geral da produção e do mundo” (Bolaño In: BRASIL 2011, p78). Neste processo, produtos e bens simbólicos tornam-se relevantes à economia a partir também da emergência das Indústrias Culturais, em que se tornou perceptível o potencial econômico da Cultura, ainda que este olhar não refletisse interpretações que trouxessem à cultura em sua relação singular com a economia, como demonstra Paulo Miguez:

(...) ao longo de toda a primeira metade do século XX, foram estudadas (as Indústrias Criativas) como mais um ramo no âmbito da economia industrial, não chegando a configurar uma disciplina específica no campo da economia, apesar do seu acelerado crescimento, expansão e diversificação. (Miguez In: BRASIL, 2011 p.95)

Como extensão do conceito de Indústria Cultural, só a partir dos anos 90, é que uma nova visão da relação da cultura com a economia começa a ganhar força mundialmente e a estabelecer o que chamamos hoje de Economia Criativa. É, mais precisamente, em 1994 que surge a temática das Indústrias Criativas a partir do conceito de *Creative Nation*, desenvolvido pelo governo australiano, introdutor de ideias norteadoras de uma nova política que revisava e ampliava a ação do Estado enquanto agente para o desenvolvimento. Em pouco tempo o conceito se expandiu, chegando ao Reino Unido em 1997 com o *New Labor* e desde então os dois países encabeçam os estudos e as investidas políticas com o objetivo de fortalecer o setor.

A economia como um todo se vê cada vez mais interligada com aspectos e dimensões da cultura. A cultura, segundo a pesquisadora Carmen Lima “gera valor” porque o que é incorporado aos produtos são formas de vida. Antonio Negri e Giuseppe Cocco (2006, Apud LIMA, 2006) acrescentam que no capitalismo globalizado, a dimensão cultural está no trabalho que se transforma em intelectual e criativo, ou seja, imaterial.

De um modo geral, a Economia Criativa, seja no campo dos estudos, investimentos ou desenvolvimento de políticas vem sendo crescentemente pautada em diversos outros países, principalmente na esfera governamental. No Brasil, podemos dizer que a discussão do tema de forma mais sistemática, acontece apenas a partir de 2004, com a realização em São Paulo, da XI Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD. A conferência contribuiu na ênfase do multilateralismo como forma de garantir a convergência internacional das políticas e de promover os interesses dos países em desenvolvimento (TORTORA, 2004). Como uma das ações resultantes do encontro, apontou-se a necessidade de criação do Centro Internacional de Economia Criativa - CIEC, em que através do Ministério da Cultura - MinC, o governo brasileiro acolheu a proposta, indicando a Bahia como sede do novo centro. Nos anos seguintes, entretanto, apesar de algumas iniciativas federais e

internacionais com vistas à implantação do CIEC a proposta foi caindo na pauta governamental, chegando a estagnação do projeto.

Tanto a Bahia, apesar de indicada como sede, quanto o Brasil, ainda carecem de informações estruturadas e políticas culturais sistematizadas sobre a Indústria e a Economia Criativa como um todo. Sabemos, porém, que o próprio histórico do desenvolvimento de políticas culturais do país também não é longínquo. Os esforços atuais, e destaca-se para este tema, a criação da Secretaria de Economia Criativa em 2011 só se tornaram possíveis com a ampliação do debate sobre os conceitos e dimensões da cultura, num movimento ainda recente de revisão das políticas culturais.

1.1. Políticas Culturais

O histórico das ações políticas para o campo da cultura no Brasil aponta diferentes momentos de concepção do próprio conceito de cultura e refletem também distintas perspectivas de atuação do Estado e da interação deste com a sociedade. Segundo Albino Rubim (2007) a trajetória recente das políticas culturais no Brasil, pelo viés da análise da atuação do Estado, é marcada por três tristes tradições: *ausência, autoritarismo e instabilidade*. A primeira, correspondendo à ausência de ações sistemáticas que pudessem ser efetivamente compreendidas enquanto políticas culturais, e que marcam o Brasil desde a época Colonial até os anos 1930. Já o autoritarismo, que marca a política brasileira durante as ditaduras Vargas e Militar se explicita na forte atuação do Estado no campo da cultura seja no ímpeto da construção de uma identidade nacional, seja no controle e na censura. Findada a Ditadura Militar, a instabilidade é marcada por um período em que a cultura é inserida numa lógica de mercado e que oscila na política estatal.

[...] sendo um aspecto sintomático dessa instabilidade a alternância do tema da cultura nas pastas do governo federal: em 1930, a cultura é de responsabilidade do então Ministério de Educação e Saúde, sofrendo deslocamento, em 1953, quando passa a fazer parte do Ministério de Educação e Cultura – MEC. Somente em 1985, é instaurada uma pasta própria para cuidar das questões relacionadas à cultura do país, com a criação do Ministério da Cultura, pelo Governo Sarney. (LACERDA, 2010, p. 24)

O Governo Sarney (1985 a 1990), através do então Ministro da Cultura, Celso Furtado, deu alguns passos no pensamento das políticas culturais e ampliou o pensamento sobre a arte e o fazer artístico, entendendo o fator criatividade como um

imponente motor social. Interpretando a arte não somente para fins de fruição, mas passando a questionar e balizar a Cultura enquanto processo produtivo. Segundo Furtado (2012 apud BEZERRA; WEYNE, 2013):

A política cultural que se limita a facilitar o consumo de bens culturais tende a ser inibitória de atividades criativas e a impor barreiras à inovação. Em nossa época de intensa comercialização de todas as dimensões da vida social o objetivo central de uma política cultural deveria ser a liberação das forças criativas da sociedade. Não se trata de monitorar a atividade criativa e sim de abrir espaço para que ela floresça. Trata-se, em síntese, de defender a liberdade de criar (BEZERRA; WEYNE, 2013, p.5).

Período de grande instabilidade econômica, política e social, os governos neoliberais que seguem, estabelecidos após a redemocratização, não dão continuidade a estas ideias. Com a eleição de Collor, até o término do segundo mandato de Fernando Henrique Cardoso, em 2002, a cultura passa a ser pautada como “um bom negócio”, isto é, o direcionamento dado à pasta da Cultura pelo Estado, apontava cada vez mais para o distanciamento da ação direta do governo e incentivo à participação do setor privado através de isenções fiscais, imprimindo um lugar de submissão da cultura à lógica mercantil. É neste período que a Lei Rouanet é estabelecida e firmada como principal mecanismo de fomento, ampliando ainda mais a desigualdade de investimento entre as regiões, criando um polo inflado na região sul-sudeste e uma carência no que tange a financiamento e apoio nas demais regiões do país; o distanciamento é ampliado também no que se refere às dimensões e linguagens dos trabalhos artísticos, em que o mercado se afunila cada vez mais para aqueles com menor nível de aparatos e conhecimentos necessários à captação de recursos na perspectiva da Indústria Cultural. O Estado isenta-se do planejamento e determinação da aplicação de recursos para o setor e transfere esta responsabilidade para as empresas privadas, que operam sob os seus interesses institucionais, ligados ao marketing e publicidade, e não necessariamente relacionados ao fomento e a viabilização de ações culturais em amplos aspectos, deixando à margem projetos, manifestações e setores que não geram receitas ou visibilidade midiática significativas, sobretudo, não nutrindo uma base viável ao estabelecimento do que se idealiza hoje da Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento.

Entender o processo histórico das formulações das políticas culturais no Brasil é essencial para compreensão da atual conjuntura e dos enfrentamentos e rupturas até então empreendidos.

Políticas culturais são definidas como fruto de ações implementadas pelo governo e pela sociedade civil em suas mais diversas formas de representação. As políticas implementadas tenderão a se efetivar quanto maior for o grau de pactuação com o público por ela atingido. O desafio que se apresenta é criar e manter canais de diálogo e formas de representação que permitam a construção de políticas de modo colaborativo. (CALABRE, 2009, p 295.)

Um novo rumo vem se delineando no MinC desde a gestão Gilberto Gil (2003-2008), seguido da gestão Juca Ferreira (2008-2010) que implantaram as bases para o que vem se desenvolvendo no Governo Dilma, refletindo o cenário internacional de discussão da cultura e dos direitos humanos. Os primeiros traços destas reflexões foram surgindo a partir das proposições da Organização das Nações Unidas para a Educação - UNESCO, a Ciência e a Cultura, que ainda em 1945, no cenário de tensões pós-guerra, sobressaltou a necessidade da compreensão mútua para o alcance da paz mundial. Tempos depois, já em 1978, a Conferência de Bogotá, na Colômbia, ampliou o debate da diversidade cultural, ressaltando a pluralidade nas esferas regionais.

O grande marco chega em 1982, na Conferência Mundial sobre Políticas Culturais - MONDIACULT, realizada no México, em que a cultura toma a centralidade do debate e no âmbito das políticas culturais é definida “Em seu sentido mais amplo [...] engloba, além das artes e das letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças” (UNESCO apud GRUMAN, 2008 p. 175) estabelecendo a compreensão de que a cultura comporta o universal e o particular simultaneamente. Em 2001 a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural ratificou definitivamente as concepções da diversidade como componente indispensável à humanidade e, em 2005, o último documento da UNESCO sobre a questão, a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, é concretizado em Paris, sancionado pelo Brasil por meio de Decreto.

Pode-se dizer que a “construção de políticas de modo colaborativo”, só vem a se iniciar no país, a partir do governo Lula, em as novas interpretações da e para a cultura e incidem em novos objetivos para às políticas culturais acompanhando os rumos das discussões internacionais. A gestão de Gilberto Gil no MinC traz uma mudança na compreensão da diversidade, rompendo com o discurso da identidade nacional única, da manutenção da ordem ou da variedade para o mercado, vieses historicamente adotados. Entre outras ações, que vão desde estruturais, como a criação de Secretarias a criação de novos Programas em nível nacional, o MinC ganhou força na agenda política, e atuação

junto a sociedade civil através da realização de conferências e fóruns, que se iniciaram com a 1ª Conferência Nacional de Cultura, em 2005, ampliando largamente a participação da sociedade e sendo o ponto de partida para diversos outros encontros regionais, estaduais e municipais no intuito da discussão, crítica e formulação de políticas da cultura.

A questão da Diversidade passa a ser discutida no âmbito da garantia da inclusão, da busca pela democratização da cultura, não somente no quesito acesso, como da produção simbólica e da participação na construção das políticas. Neste período o MinC amplia o debate da diversidade e propõe ações que ratificam a cultura enquanto direito constitucional dos brasileiros.

[...] institucionalização do campo, formação de pessoal, continuidade e participação ampliada – funcionam, em conjunto, para permitir alcançar um objetivo maior, ou seja, visam a garantir a diversidade cultural. O maior desafio, hoje, das políticas culturais é transformar nossas desigualdades históricas de acesso e de manifestação em diferenças que permitam a efetiva existência, convivência e preservação da rica diversidade cultural brasileira. (CALABRE, 2009, p. 295)

A partir deste ambiente de abertura à diversidade e da cultura como fator de inclusão, um novo viés - o econômico – passa também a ser pautado neste contexto, com a interpretação da criatividade como possibilitadora de desenvolvimento econômico e social. Neste cenário mundial em que as economias tradicionais já não encontram mais a solidez de tempos anteriores, a economia criativa ocupa um lugar estratégico, onde a reinvenção de práticas e a percepção de novos valores sociais aliadas à utilização de recursos tangíveis e intangíveis reforçam a busca pela sustentabilidade, quando a atenção se volta às habilidades latentes e recursos infinitos como a cultura.

Ainda que as metodologias de pesquisa até então não deem conta da real dimensão do setor, alguns dados dão indícios da potencialidade da criatividade. Segundo as estimativas da Secretaria de Economia Criativa - SEC, do ponto de vista da contribuição econômica, os setores criativos do Brasil contribuíram em 2010 com 104,37 milhões, o que corresponde a 2,84% do Produto Interno Bruto - PIB brasileiro, superando alguns subsectores tradicionais. O Crescimento anual destes setores nos últimos cinco anos, que foi de 6,13% ao ano, superou o crescimento médio anual do PIB do país, de 4,3% (BRASIL, 2011). Deste modo, a atenção para o setor criativo,

ascende - nos mais otimistas – a expectativa de deslocar o setor cultural do papel de coadjuvância no desenvolvimento econômico e social do país.

1.2 Economia Criativa: Conceitos e Abordagens

O tema Economia Criativa e os conceitos inerentes são, como explicitado, discussões relativamente novas no contexto político e econômico mundial, fruto da contemporaneidade que imprimiu diferentes rumos para os processos industriais e seus desdobramentos nos modos de vida na sociedade. O tema, portanto, sugere distintas linhas de pesquisa e emblemáticas interpretações da sua aplicabilidade nos setores culturais, inclusive os ancorados em valores tradicionais. É preciso investigar os desdobramentos que operam alterando as perspectivas de produção, distribuição e consumo, numa relação de mutua satisfação entre produtores e receptores. Mais ainda, é preciso conceber os impactos nos setores econômicos que não são exatamente tidos como criativos, ancorando-se nas compreensões de que a “Economia criativa é, antes de tudo, economia”. Isto é: 1) pressupõe a existência de mercado, gera lucro e não deve ser confundida com economia solidária; 2) Não é necessariamente sustentável; 3) Não é normativa. (REIS In BRASIL 2011, p. 75-76).

Delimitar o espaço que a economia criativa engloba é essencial para objetivar análises e políticas, nesse sentido, traz-se o conceito adotado pela UNCTAD, no Relatório de Economia Criativa, de 2010, e abordagens da pesquisadora Ana Carla Fonseca Reis, em publicações de 2008, bem como as delimitações dispostas no Plano da Secretaria de Economia Criativa, 2011. Segundo o relatório, a determinação do escopo que compreende a economia criativa passa pelas concepções do que vem a ser a “criatividade” e pela extensão das “indústrias criativas”. Destas, destacam-se a que apresenta a criatividade como “um processo social mensurável” e principalmente a sua definição como o “processo pelo qual ideias são geradas, conectadas e transformadas em coisas que possam ser valorizadas”. Uma definição mais concisa do termo, adotada neste trabalho, resume-se no imagem apresentada:

Definição da Unctad para economia criativa

A economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico.

- Ela pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.
- Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.
- É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral.
- É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.
- No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas.

Imagem 1 (UNCTAD, 2010, p. 10)

A economia criativa é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. (BRASIL, 2011). Movimentada pelos diversos setores criativos que garantem a diferenciabilidade e o seu caráter multidisciplinar a partir das interpelações das diversas linguagens e áreas. As áreas, ou melhor, os setores criativos podem ser organizados, segundo propõe a UNESCO, em duas macro-categorias: criativos nucleares e criativos relacionados, somados aos setores entendidos como transversais aos anteriores, isto é, os que abrangem o aspecto das práticas sociais e culturais da sociedade, seguidos ainda dos setores de educação e capacitação; registro memória e preservação e, por fim, equipamentos e materiais de apoio.

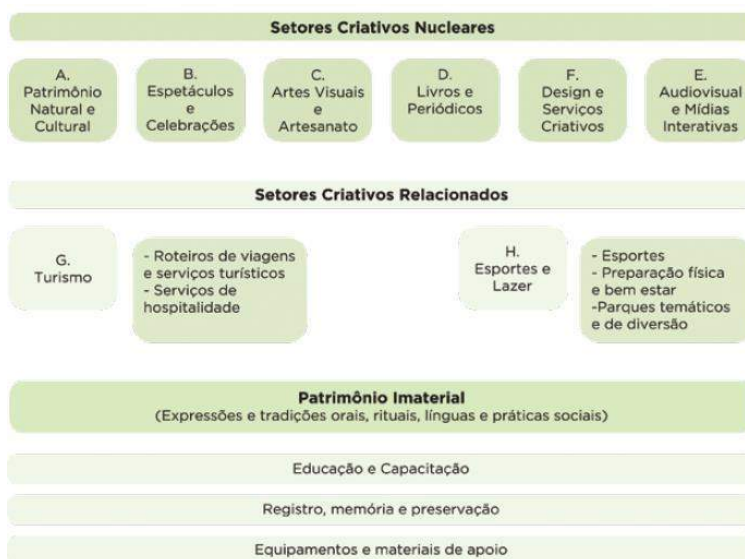


Imagem 2 – Escopo dos Setores Criativos (BRASIL, 2011, p. 27)

Diante da segmentação exposta na Imagem 2, vemos que o artesanato localiza-se no setor criativo nuclear, na unidade C, juntamente com as artes visuais. Nos “setores criativos relacionados” temos, representando o grupo G, o setor de turismo, que estabelece um estreito elo com o artesanato, e comprava assim, o fator transversalidade e reitera o seu lugar enquanto campo relacionável. O Setor turístico pode, portanto, interferir no fluxo da difusão/distribuição para o consumo/fruição. Está nesta compreensão a prerrogativa para uma ação planejada que articule um campo ao outro, e por exemplo, atue no intento à redução da exploração do capital turístico sob os produtos artesanais, principalmente quando tratamos do turismo de massa.

Os turistas são os principais consumidores de serviços recreativos e culturais, além de uma variedade de produtos criativos, tais como artesanato e música. Políticas interministeriais harmonizadas são essenciais para a construção de relações que garantam que as indústrias criativas sejam capazes de capturar uma parcela maior de gastos de turistas no país. O país deve também possuir uma sólida base de negócios criativos, que seja capaz de fornecer produtos e serviços de boa qualidade e em quantidade suficiente para responder de forma positiva à demanda do setor do turismo. (UNCTAD, 2010, p. 21)

A economia criativa pressupõe transversalidade, convoca diferentes pastas e setores, para além das pastas da cultura e do desenvolvimento que lhe são latentes, incorpora a política para o turismo, as políticas da ciência e tecnologia a política das relações exteriores e a política educacional, no consentimento de que “a educação formal habilita as pessoas a serem críticas” (BRASIL 2011, p76). Entendendo que a posição enquanto potência se dá não somente pelo campo político, mas que perpassa obrigatoriamente quando se institui como potência econômica e cultural. A saber, a política pública opera nas pastas do Estado, mas só se efetiva pela articulação deste com a esfera privada e a sociedade civil.

CAPÍTULO II – ARTESANATO E ECONOMIA CRIATIVA

2.1. Conceitos e Reflexões

Se por um lado a prática artesanal se inicia com a própria história do homem, “pois a necessidade de se produzir bens de utilidades e uso rotineiro, e até mesmo adornos, expressou a capacidade criativa e produtiva como forma de trabalho” (ILLUSTRATUS, 2010), por outro lado a formulação de diretrizes para direcionamento das políticas no setor ainda hoje é um desafio. Oscilando nas pautas governamentais o fato é que a cadeia produtiva do artesanato é, em sua natureza, produto de interações, englobando cultura, tradição, mercado, sociedade, desenvolvimento entre outros aspectos.

A atividade artesanal vista como um todo é complexa! Em sua complexidade, se a pretendemos diligente, requerem-se interações ativas com outras atividades fundamentais relacionadas ao saber e ao fazer humanos: criar, produzir, identificar, conceituar, certificar, promover, distribuir e comercializar. Essas interações dinamizadas propiciam que os elos da cadeia criativa e produtiva se encontrem e se influenciem benéfica e mutuamente. (BAHIA, 2010/2011, p.6)

As atividades criativas possuem ampla dimensão e, por vezes intercalam diversos setores que segundo o *Creative Economy Report* “variam de atividades consolidadas nos conhecimentos tradicionais e patrimônio cultural, como artesanato e festividades culturais, a subgrupos mais tecnológicos e mais voltados à prestação de serviços, como audiovisuais e as novas mídias”. (UNCTAD, 2010, p.7)

Dentro deste contexto, o setor artesanal é um exemplo intrigante e complexo, que remete ao mesmo tempo à tradição e à readequação. O artesanato tem sua origem na Antiguidade, no período Neolítico, que é caracterizado pelas inúmeras mudanças no comportamento humano e pelos progressos técnicos que possibilitaram ao homem polir pedras, fabricar cerâmicas e tecer fibras animais e vegetais. O artesanato nasce, portanto, da necessidade de utilizar aparatos que facilitassem a vida cotidiana. Analisado na contemporaneidade o artesanato é uma atividade que escapa ao processo de divisão social do trabalho na qual, assim como na arte, o homem ocupa a posição de criador. Mas é, também, sob o julgo da “alta Cultura”, distanciado das valorações características do intangível “mundo da Arte”, por vezes, inserido nos “esquemas românticos do perigoso folclore popular” (BARDI, 1994 apud TAKAKI, 2010, p52). A diferenciação da arte e do artesanato não parte apenas de um esforço metodológico

semântico, Maria Souza (In: BAHIA, 2008) ressalta que as palavras são dotadas de significados, norteiam valores e estabelecem hierarquias que variam entre eras e sociedades. Nas interpretações das formas simbólicas não se alcança a neutralidade, o interpretar é um ato contínuo, que se relaciona com as condições sociais e históricas.

Na antiguidade a arte era entendida como o “fazer”, estabelecendo relações indissociáveis entre campos, incorporando o sentido que Aristóteles propõe como *techné*.¹ O pensamento moderno, porém, imprimiu novas lógicas às interpretações no campo simbólico e a arte passou a ser entendida como pura expressão, sem finalidades.

(...) a arte como pura expressão desvaloriza as artes utilitárias, formas artísticas que escondiam os artistas sob os fios da tradição; que exigiam a repetição, ato contínuo da identidade, do reconhecimento, do pertencimento. O avançar da modernidade substituiu a repetição artesanal pela reprodutibilidade industrial. O tempo de reprodução não programável da manualidade é submetido à pressão de mercado. (BAHIA, 2008, p10)

Em um mundo cuja globalização permeia quase todos os setores, debater sobre o artesanato nos dias de hoje é promover um misto de ideias, é falar ao mesmo tempo de expressão, cultura e mercado. É apontar o resgate da identidade regional, valorizando as tradições de um povo, adverso a massificação e uniformização dos produtos industriais (ROQUE; PAOLIELLO, 2010), mas, é também questionar o próprio teor do “resgate”, é discutir possibilidades de coexistências de modos de produção alternativos, sustentabilidade e desenvolvimento na sociedade contemporânea.

Entende-se por artesanato, o objeto produzido através de uma técnica predominantemente manual, utilizando-se de matérias primas naturais e/ou recicláveis, dotado das características físicas e simbólicas do ambiente em que se constitui. O artesanato é, assim, uma expressão espontânea da cultura popular (BAHIA, 2010). Constituem-se em itens domésticos, utilitários e/ou ornamentais, feitos para o uso cotidiano ou destinados a rituais e festas. De acordo com o documento “Base Conceitual

¹ A palavra grega *téckhne*, que costumamos traduzir por 'arte', não fala da realização dos artistas, não tem o compromisso estético nem o valor de genialidade que lhes atribuímos hoje. A *téckhne* é uma atividade humana fundada em um saber fazer. Aquele que tem uma arte detém um saber que o orienta em sua produção. A arquitetura e a medicina, a olaria e a forja são artes, da mesma forma que a música e a pintura. Todas são *téckhnai*. Não exatamente da mesma forma, pois há, entre as diversas artes, especialmente no pensamento de Aristóteles, uma série de diferenciações e hierarquias que vão separar modos diferentes de arte. Porém, e aí é que a diferença de pensamento aparece radicalmente, no universo da produção artística dos gregos antigos, nenhuma dessas valorações e categorias se enquadra perfeitamente no que hoje chamamos de 'Arte!' (MOREIRA, 2014)

do Artesanato Brasileiro”, a ser apresentado com mais informações à frente, o artesanato compreende a:

Toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios. (MDIC 2012, p.12)

Ainda conforme a publicação, o artesanato pode ser classificado conforme a origem, natureza de criação e de produção, agrupando-se, no contexto brasileiro, em a) artesanato indígena; b) artesanato de reciclagem; c) tradicional; d) de referência cultural; e, por fim, e) artesanato contemporâneo-conceitual. Como características gerais, todo objeto artesanal deve possuir, segundo Jorge Chiti (2003 apud SILVA, 2006, p. 17). “manualidade; funcionalidade; seriação; perdurabilidade; tridimensionalidade e tipicidade”.

A manualidade consiste no que já postulamos sob o predomínio da técnica manual no processo produtivo; a funcionalidade na intenção do objeto, no seu caráter utilitário – que reforça a ideia da distinção artesanato x obra de arte; a seriação está ancorada na possibilidade de repetição e que não deve ser, contudo, confundida com a reprodutibilidade industrial, que dadas as práticas do turismo massivo, gera um outro produto relacionado ao consumo turístico, o que se entende como *industrianato*, em que o artesanato é produzido em larga escala, circulando com facilidade em outros territórios e destituindo-se de valores e características arraigadas de um local ou comunidade específica (PINHO, 2002 apud COSTA, 2007); perdurabilidade e a tridimensionalidade, entendo que os objetos artesanais devem ser duráveis e tangíveis; e, por fim, a tipicidade que pressupõe a existência de características regionais como forma de diferenciação espontânea das peças produzidas pelas diferentes comunidades e regiões artesanais, isto é, no artesanato produzido estão arraigadas historicidade, tradição, cultura, aspectos geográficos de quem produz e/ou do local onde é produzido.

Nesse sentido, a tipicidade opera à luz do conceito de “território” entendido a partir de uma perspectiva cultural em que ultrapassa o significado geográfico ou geopolítico do termo e abrange diversos elementos que o identificam enquanto espaço de partilhas e produções simbólicas, sentimentos de pertencimento e formação identitária. Segundo Bonnemaison e Cambrèzy o poder do laço territorial revela que o

espaço está investido de valores não apenas materiais, mas também éticos, espirituais, simbólicos e afetivos. “É assim que o território cultural precede o território político e com ainda mais razão precede o espaço econômico” (1996 apud BORTOLETO, 2010, p.3).

Essa ampliação da compreensão dos termos é também fundamental para a revisão da discussão das dimensões do artesanato, implicando em outras perspectivas de olhar e agir politicamente. Até então, descrevemos características do artesanato sobre um viés da sua composição, isto é, da sua dimensão enquanto objeto. Canclini, em sua obra intitulada “As culturas populares no capitalismo” (1983), traz importantes contribuições para as análises do artesanato, atentando para o estudo do campo voltado para sua dimensão enquanto processo, acrescentando também o componente das relações sociais onde se desenrolam. O artesanato deve ser entendido, assim, tanto na sua existência material, quanto na sua interação com o meio e com as práticas de consumo que os envolve. Necessitamos, portanto, estudar o artesanato como um processo e não como um resultado, como produtos inseridos em relações sociais e não como objetos voltados para si mesmos. (CANCLINI, 1983, p.53).

O olhar sob o fazer artesanal na contemporaneidade implica na observância de uma prática laboral que resiste à configuração do trabalho no meio industrial, e mais ainda na atenção ao que a materialidade reverbera em suas diferentes dimensões: processo, produto e relações sociais (SILVA, 2013). Que lugares o artesanato ocupa em termos de cultura e história, modos de vida, trabalho e de organização social? E, neste trabalho, de que forma os organismos governamentais atuam na ampliação das possibilidades de coexistência e redução das desigualdades sociais, de desenvolvimento sustentável, de fomento e geração de emprego e renda no setor artesanal? Há, portanto, a necessidade de se destringir em análises simbólicas, do ponto de vista dos aspectos culturais e sociais inerentes, e do ponto de vista operacional, em análises que operem sob as esferas do seu arranjo e busquem compreender a dinâmica do setor em prol do seu desenvolvimento na sociedade contemporânea. Neste sentido, o estudo da atividade artesanal deve questionar também a sua inserção na lógica mercantil da sociedade atual, ponderando-se os estigmas das pasteurizações e folclorizações do universo da cultura popular frente à Indústria Cultural e ao mercado massivo.

Com elevado potencial de geração de renda e empregabilidade no Brasil, o setor artesanal apresenta-se como um dos polos estratégicos de valorização e desenvolvimento dos territórios, ganhando espaço nos planejamentos do setor público na perspectiva da economia criativa. No âmbito das políticas nacionais para o setor pode-se dizer que surgiram na década de 30 os primeiros esforços, com as proposições de Mário de Andrade para preservação do patrimônio cultural no Brasil, que defendia a inclusão da arte popular e seus valores simbólicos enquanto patrimônio.

Entretanto, as políticas subsequentes reduziram as interpretações, priorizando monumentos e outras construções arquitetônicas. Só em meados da década de 70 é que essa perspectiva é retomada, com o projeto Centro Nacional de Referência Cultural, idealizado por Aloísio Magalhães. “Entre os primeiros programas implementados pelo Centro estavam o do mapeamento da atividade artesanal, o da história da tecnologia e da ciência no Brasil e alguns levantamentos socioculturais e de documentação.” (CALABRE, 2005, p. 6). Como desdobramento, em 1977 surgem as ações concretas na área com a instituição do Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato - PNDA (SILVA 2006, p.93), apresentando ao longo dos anos diversas mudanças ministeriais. Em 1991, novo decreto revoga as disposições anteriores do PNDA e institui o Programa do Artesanato Brasileiro -PAB, sob responsabilidade do Ministério do Bem-estar e Ação Social. Com o ministério extinto em 1995, o PAB através do Decreto nº 1.508, de 31 de maio de 1995, passou a ser coordenado pelo Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. E, atualmente, através do Decreto nº 8.001, de 10 de maio de 2013, passou a ser competência da Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República, criada pela Lei 12.792, de 28 de março de 2013.

O PAB lançou em 2010, através da Portaria nº 29 - SCS, de 05 de outubro de 2010 a “Base Conceitual do Artesanato Brasileiro” que dispõe sobre normatizações e conceitos que norteiam o artesanato no sentido de instruir as ações e as políticas do setor. O PAB instituiu, também, o Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro - SICAB possibilitando um cadastro unificado dos artesãos, com finalidade de reunir as informações em âmbito nacional, oferecendo uma base de dados ao PAB. A administração do SICAB bem como, o desenvolvimento de ações e projetos em consonância com o PAB, é de responsabilidade das Coordenações Estaduais do Artesanato, que estão representadas em cada uma das 27 unidades federativas do Brasil.

No caso da Bahia, a representação se dá através do Instituto de Artesanato Visconde de Mauá.

Em paralelo, no âmbito da inserção nas políticas culturais, com o Decreto nº 5.520 de 24 de agosto de 2005, o artesanato apresenta-se como um dos Colegiados Setoriais integrantes do Conselho Nacional de Política Cultural que é um órgão colegiado integrante da estrutura do MinC que atua na proposição, avaliação e fiscalização de políticas públicas de cultura. Mais recentemente, com a criação da Secretaria da Economia Criativa - SEC, através do Decreto 7743, de 1º de junho de 2012, a SEC passou a coordenar o Colegiado Setorial de Artesanato e outros três eixos: Arquitetura, Design e Moda. Este ano a SEC, através do Colegiado lançou a Consulta Pública com objetivo de reunir críticas e sugestões para elaboração do Plano Setorial do Artesanato, que orientará as políticas públicas desenvolvidas para o setor nos próximos 10 anos.

No campo da profissionalização, está em tramitação desde 2010, o Projeto de Lei nº 7755/10 do Senado que propõe o reconhecimento da profissão de artesão e traz as diretrizes para as políticas públicas de apoio, crédito e aperfeiçoamento do setor. O projeto foi aprovado em 2013 pela Comissão da Cultura, em maio de 2014 a Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público da Câmara dos Deputados também aprovou e, atualmente, o Projeto tramita em caráter conclusivo. Nesse sentido, apesar da existência milenar da atividade, só agora se prevê alcançar o direito à regulamentação da profissão, reflexo, sobretudo, dos novos arranjos do trabalho e da economia.

2.2 Contexto na Bahia

A Bahia é conhecida por sua pluralidade de culturas, manifestações e paisagens naturais. As primeiras podem ser atribuídas ao processo histórico de colonização vivenciado no estado, a rigor, em todo país. A presença das diferentes etnias entre europeus, indígenas e africanos, seus conflitos e interações, originaram a cultura do povo brasileiro, contribuindo para uma diversa e rica herança histórica que se reflete, também, na cultura material e imaterial. Essa experiência particular exigiu que comportamentos, saberes e fazeres se imbricassem na medida em que se delineavam e inventavam novas formas de relações intergrupais, de expressão e de utilização dos recursos naturais existentes.

Nos 27 Territórios de Identidade baianos destacam-se a produção de peças utilitárias e decorativas, com a utilização de diversas matérias que variam de acordo com a região. As tipologias mais presentes são as fibras vegetais, barro, couro, madeira, fios e tecidos e pedras. Segundo a Pesquisa de Informações Básicas Municipais – MUNIC (IBGE, 2009 p. 270-273) a Bahia é o 4º estado em quantidade das atividades artesanais em nível nacional e o 1º do nordeste.

No Brasil, ainda que não tenhamos dados econômicos precisos e comparativos anuais sobre o setor, estima-se, segundo a pesquisa da Vox Populi realizada em 2010, que o artesanato movimenta a economia em cerca 52 bilhões ao ano, e estima-se a presença de 8,5 milhões de artesãos em atividade no país, com um faturamento médio mensal de um salário mínimo. Ainda conforme a pesquisa, as mulheres são maioria na atividade artesanal brasileira e a idade média dos artesãos está acima dos 40 anos. (DJAU, M. et al., 2012). De acordo com a MUNIC 2006 (IBGE, 2006 p. 87), lançada em 2007, realizada pelo IBGE em parceria com o MinC, 64,3% dos municípios brasileiros possuem algum tipo de produção artesanal, sendo a principal atividade artística nos municípios entre outras 15 aferidas.

A Bahia possui atualmente 11.349 artesãos² identificados através do cadastro no SICAB, sendo cerca de 70% representado pelo sexo feminino, refletindo o cenário nacional identificado pela pesquisa citada acima. Segundo o Estudo Exploratório das Comunidades Artesanais da Bahia (BAHIA, 2010), elaborado pelo Instituto Mauá, realizado com 82 associações/cooperativas em 115 municípios baianos, a renda familiar predominante é de até um salário mínimo (57%), seguida da renda familiar de 1 a 3 salários mínimos (27%). O estudo revelou, também, que 29,93% possuem o 2º grau completo, e superior completo, incompleto e pós-graduação somam 6,22%. O percentual de analfabetos foi de 6,67%.

Contrastados com os dados educacionais do estado³, que chegaram a registrar em 2007 uma taxa de analfabetismo de 33,4% e em 2013 de 26,3% entre a população de 40 anos, podemos aferir que os índices do setor artesanal baiano revelam um quadro de nível educacional elevado comparado ao total do estado, e podemos concluir e

² Dados coletados em 14 de setembro de 2014. Fonte: SICAB

³ Fonte: Secretaria de Educação do Estado da Bahia.

<http://institucional.educacao.ba.gov.br/noticias/bahia-e-o-estado-que-mais-reduz-taxa-de-analfabetismo-no-nordeste>

desmitificar a atividade artesanal da interpretação de ser “única opção”. O exercício da atividade artesanal na contemporaneidade passa pela relação simbólica do pertencimento a uma tradição à escolha do trabalho como afirmação de um modo de vida. A atividade é uma possibilidade ao desenvolvimento social e econômico e requer fomento para impulsionar um crescimento sustentável, já que, 86% dos entrevistados pelo Estudo Exploratório acreditavam que o artesanato está desvalorizado e do ponto de vista da participação do poder público nos processos, 60,69% indicaram não haver cooperação.

Para 81,43% o artesanato melhora a renda mensal. Os dados nos mostram uma realidade de um setor que parece absorver mão de obra espontânea, não sendo mais tão expressiva sobre a questão do vínculo familiar direto no aprendizado da atividade – 41,52% indicaram que aprenderam a atividade por iniciativa própria, 34,84% através dos pais, 21,49% através de revistas – e 70% exercem a função na própria residência. Deste modo, o artesanato enquanto atividade econômica comporta tanto o trabalhador cuja atividade é fruto da sua prática cultural e se insere na perspectiva da economia substantiva⁴, quanto o trabalhador cuja dinâmica social e econômica da era pós-industrial, bem como, os contextos culturais que o permeiam, fizeram-lhe ter no artesanato uma escolha para desempenho de atividade profissional.

Neste contexto de novos modos de aprendizado da atividade artesanal, além das revistas, citadas no Estudo como principais meios de aprendizado, outro grande veículo que não esteve incluso, mas que pode ser associado é a internet. A técnica artesanal de alguns segmentos, principalmente no contexto urbano, tem na internet uma fonte incessante de informações, tutoriais e passo-a-passos que condicionam duas realidades distintas: a circulação do saber-fazer artesanal e a inserção do trabalho manual nas possibilidades profissionais em contexto urbano, originando variadas propostas estéticas, mas, por outro lado, temos também a proliferação de trabalhos manuais cuja referência cultural é esvaziada, daí a necessidade da regulamentação e da preservação do caráter simbólico para valoração da atividade no mercado.

No que tange as dificuldades do setor, 78% das associações informaram não possuírem articulações institucionais ou financiamento, no que se refere à gestão e

⁴ Segundo Karl Polanyi, filósofo e historiador da economia, a economia substantiva é entendida como um “processo instituído de interação entre o homem e o ambiente natural e social que o rodeia e resulta em contínua oferta de meios para satisfazer as necessidades humanas” (MACHADO, 2012).

realização de procedimentos jurídicos, relataram não ter apoio de ONGs (74%) ou empresas privadas e órgãos públicos (68%), em geral, os apoios existentes estão voltados apenas para capacitação e doação de equipamentos. Do ponto de vista da promoção e comercialização, apenas 7,41% das associações disseram ter tido apoio na comercialização de produtos e apenas 22% disseram comercializar produtos em polos turísticos, sendo que 10% não souberam ou não opinaram.

Este último dado, relativo ao setor turístico, surpreende ao sabermos da dimensão do turismo baiano e o quanto ele movimenta a economia do estado. Segundo dados da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE (2012) a Bahia é o quarto estado que mais recebe turistas nacionais e o quinto na recepção de turistas estrangeiros. Ainda segundo a FIPE, o setor turístico baiano está atrás apenas do estado de São Paulo em contribuição no PIB Turístico Nacional, representando 13,2% de toda receita nacional. No entanto, este fluxo não interage expressivamente com o setor artesanal, não garantindo um retorno financeiro satisfatório às associações artesanais e aos artesãos individuais. Existem, contudo, empresários e atravessadores que adquirem as peças artesanais a preços muito baixos para compor o acervo de lojas localizadas nos centros turísticos, cujas peças chegam a custar mais de quatro vezes o preço original, segundo relata o artesão Lucas Pessôa, entrevistado neste trabalho. O artesão autônomo baiano, conta que a maior dificuldade está em escoar a produção de forma que seja vantajoso financeiramente:

É muito difícil negociar com os lojistas, tive algumas experiências no Pelourinho e me senti lesado em todas. Vi minhas peças serem barganhadas na hora da compra e vendidas depois por valores exorbitantes. É frustrante, porque você começa a ficar com uma auto-estima baixa, se questionando do seu material, mas aí, depois que a gente vê o preço lá em cima, a gente percebe que o nosso produto é valorizado sim, nós produtores, é que não temos essa valorização. Cheguei a ir algumas vezes na loja, como se fosse consumidor, a vontade era de pegar minhas peças de volta! (PESSÔA, 2014)

Outro ponto a ser observado na relação do turismo com o artesanato está relacionado ao perfil de consumo dos turistas, por exemplo, a eclosão do turismo massivo, demanda uma quantidade de produtos incoerentes com a capacidade da produção artesanal, imprimindo um ritmo fabril ao artesanato do qual resultam a reprodutibilidade desenfreada com objetivo único de atendimento as demandas e, paulatinamente, a redução das características regionais dos artefatos, do processo de

desvalorização da produção, que condicionam à marginalização e subalternação vida das comunidades e indivíduos artesãos. “É neste jogo entre desejos e estruturas que as mercadorias e o consumo servem também para ordenar politicamente cada sociedade. O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados.” (CANCLINI, 1999, p.59). E essa observação ao consumo, em verdade, deve ir muito além do mercado turístico e perpassar as formas de sociabilidade e consumo que estado propicia.

CAPÍTULO III - O INSTITUTO DE ARTESANATO VISCONDE DE MAUÁ

3.1. Histórico e Competências

Na Bahia o principal responsável por promover o desenvolvimento do setor de artesanato no estado é o Instituto de Artesanato Visconde de Mauá, autarquia com “personalidade jurídica de direito público, autonomia administrativa e financeira, patrimônio próprio, com sede e foro na cidade do Salvador, Estado da Bahia, e jurisdição em todo território” (BAHIA, 1993) vinculada à Secretaria de Trabalho Emprego, Renda e Esporte – SETRE.

Criado em 1939, nomeava-se inicialmente como Instituto Industrial Feminino Visconde de Mauá, vinculado à Secretaria de Agricultura, Indústria e Comércio e possuía a finalidade de incentivar e desenvolver ofícios a domicílio para mulheres carentes, como corte, rendas e bordados, visando ampliar a inserção da mão de obra feminina e da sua contribuição na renda familiar, dadas as dificuldades causadas pela escassez da mão de obra masculina no período pós-guerra. Em 1966, transformou-se em autarquia, estando vinculado à Secretaria do Trabalho e Bem Estar Social e passando a ter, então, como principais atividades a oferta de cursos de artesanato no estado e a colaboração com a Coordenação de Fomento ao Artesanato - CFA existente na época. Em 1978 adquiriu sede própria, no Porto da Barra, onde funciona até hoje.

Em 1983 a Instituição se oficializou, absorvendo as funções da CFA. Porém, em 1991, com a reestruturação da Administração Pública Estadual, o Instituto foi extinto e o setor passou a ser gerido pela Coordenação do Artesanato da Secretaria do Trabalho e Ação Social, extinta no ano seguinte. Em 1993, portanto, o artesanato retorna ao Mauá, que retoma à sua estrutura como Autarquia, estabelecendo o regimento em vigor até os dias atuais, adquirindo também mais uma sede, localizada no Pelourinho. (BAHIA, 2010). Atualmente, a estrutura física do Mauá compreende a sede administrativa, no bairro da Barra, juntamente com a Loja Mauá; no Pelourinho localiza-se a Biblioteca Mauá, um auditório, a Galeria Mestre Abdias e outra unidade da Loja Mauá. E, no Museu Geológico da Bahia, encontra-se uma pequena unidade da Loja Mauá, inaugurada este ano, destinada apenas para peças com matérias primas minerais.

Compete ao Mauá, além de representar o PAB no âmbito estadual, executar a política de desenvolvimento do setor artesanal na Bahia, devendo atuar, também, do

planejamento a execução e avaliação dos programas e projetos de artesanato do Estado. A ação visa abranger toda cadeia produtiva, sob os eixos: fomento, preservação e promoção do artesanato. Dados tais eixos, o organograma da Instituição se configura conforme imagem 3:

3.2 Estrutura Organizacional

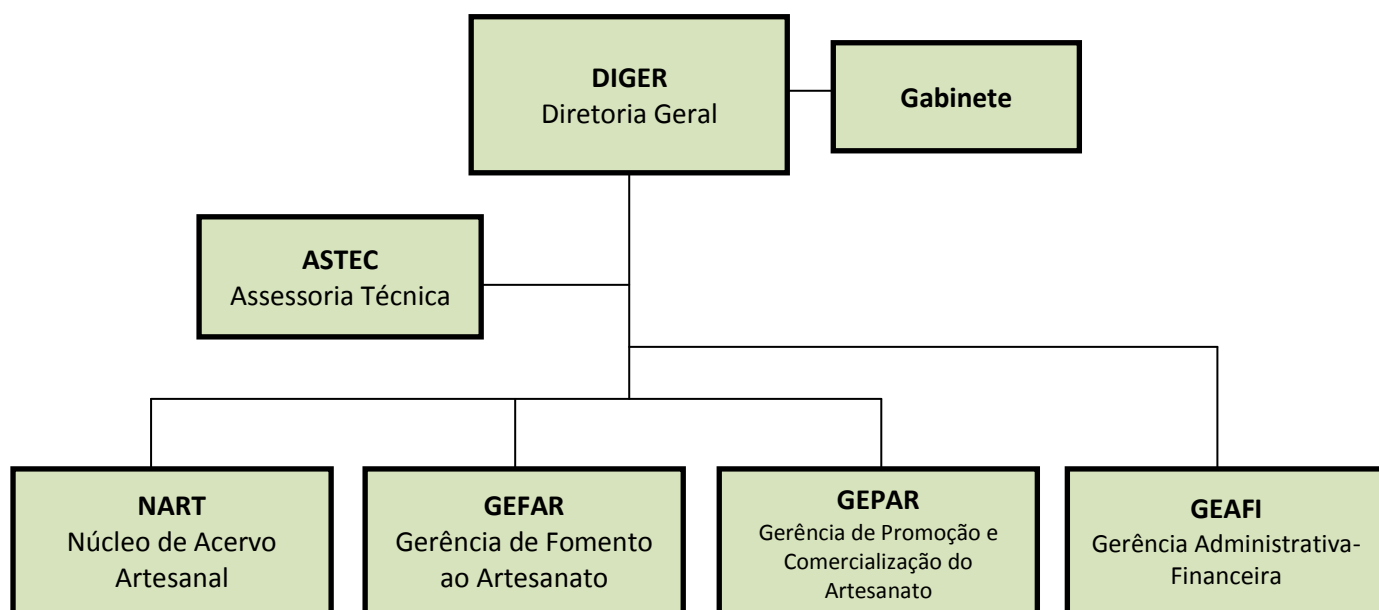


Imagem 3 – Organograma Mauá. Fonte: BAHIA, 1993. Imagem: Elaborado pela autora.

Nos últimos sete anos o Mauá teve uma redução no seu quadro de funcionários em aproximadamente 25%, queda que vem se acentuando desde anos anteriores. De 2007 a 2014, houve perda gradativa de servidores, com exceção apenas do ano de 2009. Segundo Priscila Souza (SOUZA I, 2014), coordenadora de Recursos Humanos do Instituto, há previsão de nova redução do quadro até o final deste ano. Isso porque atualmente contam com 32 servidores efetivos, em que a maioria já está em regime de aposentadoria. Em geral, estes servidores trabalham no Instituto há mais de 30 anos, efetivados pela Lei Estadual nº 6.677/94, que alterou o regime de celetista para estatutário dos funcionários ativos na época, sem necessidade de realização de concurso público. Ademais, completam o quantitativo de servidores: cargos comissionados e REDA, que juntos somam maioria e, nesse sentido, não há permissão do Governo do Estado e nem previsão no planejamento do Instituto para abertura de novos concursos públicos para efetivos, o que supriria a defasagem em consequência das aposentarias. Em 2013, iniciou-se processo de reestruturação de cargos que, contudo, foi barrado pelo contingenciamento.



Gráfico 1 – Quantitativo de Servidores do Instituto Mauá de 2007 a 2014(até setembro).
 Fonte: SAEB/SIRH, 2014. Gráfico: Elaborado Pela Autora

A eminência de mais aposentadorias e o enxugamento do quadro total revelam uma complicada e limitada realidade administrativa e executiva. Indagada sobre essa questão, a Coordenadora do RH, dadas as circunstâncias, relatou que o Instituto tende até a ser extinto enquanto autarquia.

O Instituto Mauá tem que passar por uma reestruturação de cargos. Começou esse ano, mas foi suspensa por conta do contingenciamento – Entendeu? Não conseguimos realizar essa reestruturação [de cargos]. Por enquanto estamos pedindo cargos emprestados, cedidos pela SETRE, mas, é bem capaz do Mauá ser extinto nessa brincadeira. Nós temos 135 agora, já tivemos 200, 200 e tanto. (...) talvez deixe de ser uma Autarquia, vire uma Secretaria ou se vincule a alguma que já existe. (SOUZA I, 2014)

Um dos primeiros questionamentos surge justamente do lugar que o artesanato deve ocupar; que estrutura da administração pública lhe confere a possibilidade de ampla atuação e implementação das suas estratégias diante das ambiguidades que o setor convoca. No âmbito federal, o PAB, principal programa do setor, é gerido pela Secretaria da Micro e Pequena Empresa, secretaria com *status* de ministério ligada à Presidência da República. E, através da Secretaria de Economia Criativa, o desenvolvimento de políticas o setor artesanal é de responsabilidade, também, do Ministério da Cultura. Na Bahia, a Secretaria de Cultura tem uma tímida ação indireta no setor, através do Centro de Culturas Populares e Identitárias - CCPI. Na estrutura atual do Mauá o que se percebe, de acordo com os relatos concedidos pelos

coordenadores, é que apesar do avanço nos últimos anos, ainda não há uma interação substancial com outros órgãos ou entidades sejam públicas ou privadas na formulação ou implementação de políticas e práticas. No início da atual gestão muitos esforços foram feitos, mas nem todos levados adiante. Não cabe, como aponta REIS,

(...) discutir *ad nauseam* se a Secretaria da Economia Criativa deveria funcionar sob a égide do Ministério da Cultura ou do Ministério do Desenvolvimento (isso) é um exercício inócuo, a partir do momento em que se pressupõe que ambas as pastas – e outras – deveriam estar envolvidas em uma política de economia criativa. (In: BRASIL, 2011, p.76)

Diante do contexto do Mauá, isto é, independente da sua vinculação enquanto organismo público, o fator transversalidade precisa pautar o planejamento e as diretrizes. Pondera-se, por exemplo, que a Bahia não possua entre os Colegiados Setoriais de Cultura do estado, o Colegiado Setorial de Artesanato, como um segmento que requer discussão específica, tal como se fazem representados a moda e o design. Nesse sentido é que as tomadas de posição interferem no rumo político de terminada causa. Como aponta Miguez:

(...) do ponto de vista da política pública, a inclusão ou exclusão de atividades não é um ato sem consequências. Com efeito, cada atividade incorporada à política cultural estará sendo excluída do âmbito de outro ministério ou entidade estatal e gerará reações nas pessoas, empresas e organizações que pertencem a esse setor. (In BRASIL, 2011 p. 95)

O esforço maior, porém, é entender que “política pública diz respeito à governança compartilhada” (BRASIL, 2011, p.76) e que requer, portanto, uma esfera que englobe, além de parceiros públicos, a iniciativa privada e a sociedade civil na consolidação de um plano político concreto.

Em 2008, como veremos melhor a seguir, iniciou-se um processo de articulação, que no decorrer dos anos trouxe melhorias no fomento e capacitação, mas ainda se mostra insuficiente principalmente no que concerne à promoção e comercialização das peças artesanais. Deve-se reconhecer, porém, o avanço marcado pelo I Encontro Baiano de Artesanato, realizado em 2008, que apesar de não ser uma iniciativa do Mauá, sendo da SECULT/BA através da Superintendência de Promoção Cultura - SUPROCULT e do CCPI, teve o Instituto como coordenador dos Grupos de Trabalho para o Artesanato, resultante do encontro. Ao longo de 2009, o GT realizou reuniões

que culminaram na determinação de cinco grupos de trabalho: GT 1, ocupando-se de aspectos de conceituação, caracterização do artesanato e preservação das identidades culturais; GT 2, responsável por elaborar plano de capacitação em artesanato e apoio às formas de transmissão de “saberes e fazeres”; GT 3 com o objetivo de implementar e elaborar novas ações de inserção mercadológica e fortalecer os canais de comercialização; GT 4 responsável pelas questões da legislação e normatização da atividade artesanal e, por fim, o GT 5 responsável por elaborar o Planejamento Estratégico do Comitê Gestor de Artesanato, que, contudo, não se consolidou. A composição dos GTs articulou representações do setor público, privado e da esfera civil. Referências aos GTs nos relatórios anuais de atividade foram identificadas até o ano de 2010, entretanto, desdobramentos das reuniões puderam ser identificadas nos anos seguintes.

3.3 Linhas de Atuação e Realizações

Antes de debruçar-se sobre as ações propriamente ditas, buscou-se nesta pesquisa observar quais as percepções e interpretações acerca da economia criativa por parte dos servidores coordenadores do Instituto Mauá. Observou-se pelos discursos, que há entre os entrevistados, que representam setores gerenciais, um desconhecimento da temática e a que se propõe enquanto conceito e ainda, confusões com a “economia solidária”. A exemplo dos casos abaixo:

(...) quando se fala de economia criativa, assim, é porque é uma coisa muito particular isso. Economia criativa com relação ao artesanato eu acho que é uma busca que ainda está um pouquinho defasada, ao meu ver. Porque quando você busca algo que é uma coisa rápida, palpável, rápido você vai ter um retorno, aí tudo bem. Em particular, pra mim economia criativa tinha que ser uma busca que lhe dê um retorno rápido. E não acredito que isso acontece, nem aqui, nem em lugar nenhum. Eu como assistente social por formação, então... vejo o artesanato de outro lado. (BOMFIM, 2014)

(...) É porque a SETRE ela já tem esse projeto, que é a CESOL⁵, e trabalha exatamente com economia criativa. No Mauá a gente já tem uma relação mais antiga com o artesanato, aí tem essa classificação, esse cuidado de ser um artesanato mais elaborado. (AGUIAR, 2014)

⁵ A CESOL - Centro Público de Economia Solidária é responsável por promover espaços multifuncionais públicos, de caráter comunitário, baseado princípios da economia solidária. É uma ação do Programa Bahia Solidária, com apoio financeiro do Fundo de Combate a Pobreza – Funcep.

Se a economia criativa é uma novidade no “mundo dito desenvolvido”, no Brasil, como em outros “países em processo”, esse debate é ainda mais recente (SILVA, 2012). Mesmo em níveis acadêmicos, há uma série de variantes em torno do entendimento do que vem a ser essa economia e quais os setores que de fato ela incluiria, assim como os diferentes graus de comprometimento em vista de um projeto que a tenha como eixo norteador (MADEIRA, 2014). No Brasil, pouco a pouco percebemos o surgimento do tema em encontros e seminários, envolvendo sobretudo gestores públicos e acadêmicos – entre os principais nomes nacionais que refletem o tema podemos destacar Ana Cláudia, Fonseca Reis, uma referencia na discussão entorno da economia e “das cidades criativas”; Cláudia Leitão, ex-secretária da SEC, professora e pesquisadora em políticas culturais; e Paulo Míguez, professor e pesquisador do CULT/UFBA. Na área da produção de conhecimento, a economia criativa tem sido tratada na esfera dos estudos de economia da cultura, campo ele próprio ainda incipiente em indicadores e valorizações, e cuja concentração tem-se mantido no estudo de políticas culturais. No caso do Mauá, o que se afere é um afastamento das discussões que se explicita nas concepções individuais e que, enquanto atuantes, também reverberam na política da Instituição. Sendo a questão da economia criativa complexa e escassa no viés teórico-analítico, a dificuldade se acentua ainda mais para sua instrumentalização no debate, construção e aplicação de políticas.

Tendo em vista as linhas de atuação preservação, fomento e promoção, no período de 2007 a 2013 foram identificados alguns perfis de atuação com base nas informações contidas nos Relatórios Anuais de Atividade, documentos base da referência da pesquisa. Quantificar as ações foi uma árdua tarefa devido à falta de uniformidade das informações dispostas nos relatórios ou até mesmo da ausência de alguns dados em anos específicos o que impediu uma maior relativização por descontinuidade na informação. Priorizou-se, contudo, identificar as estratégias aplicadas campo do fomento e da promoção, seus êxitos e entraves e, em segundo plano, os dados numéricos inerentes.

3.3.1 Preservação

A política de preservação observada consiste em cinco eixos de atividades, realizadas em maioria nos espaços físicos do NART – Núcleo de Acervo Artesanal, localizado no Pelourinho. Os espaços são abertos ao público e compreendem: o acervo

permanente de peças artesanais, a biblioteca, o auditório e a galeria. Nos últimos anos, conforme indica tabela abaixo o acervo e a biblioteca passaram por um processo de reestruturação através de ações de catalogação e informatização dos processos. As publicações apontaram periodicidade bienal, com destaque para 2008, com duas publicações. Os eventos apresentaram queda de 2007 e 2008 para os demais anos, justificados pela atenção dada as demais espaços. As exposições, que representam o maior direcionamento do público, variaram em número a depender do ano e tiveram o aporte de projeto paralelo.

ANO	Acervo	Biblioteca	Publicações	Eventos/Auditório	Exposições
2007	Catalogação	Catalogação	-	6	2
2008	Abertura ao público	Abertura ao público	2	3	2
2009	Reforma física – Fechado	Aquisição de Títulos	-	2	4
2010	Reabertura	-	1	2	2
2011	-	-	-	2	4
2012	Informatização do acervo	Informatização; Aquisição de Títulos	1	2	3
2013	-	-	-	2	1

Fonte: MAUÁ, 2007/2008/2009/2010/2011/2012/2013. Tabela: Elaborada pela autora

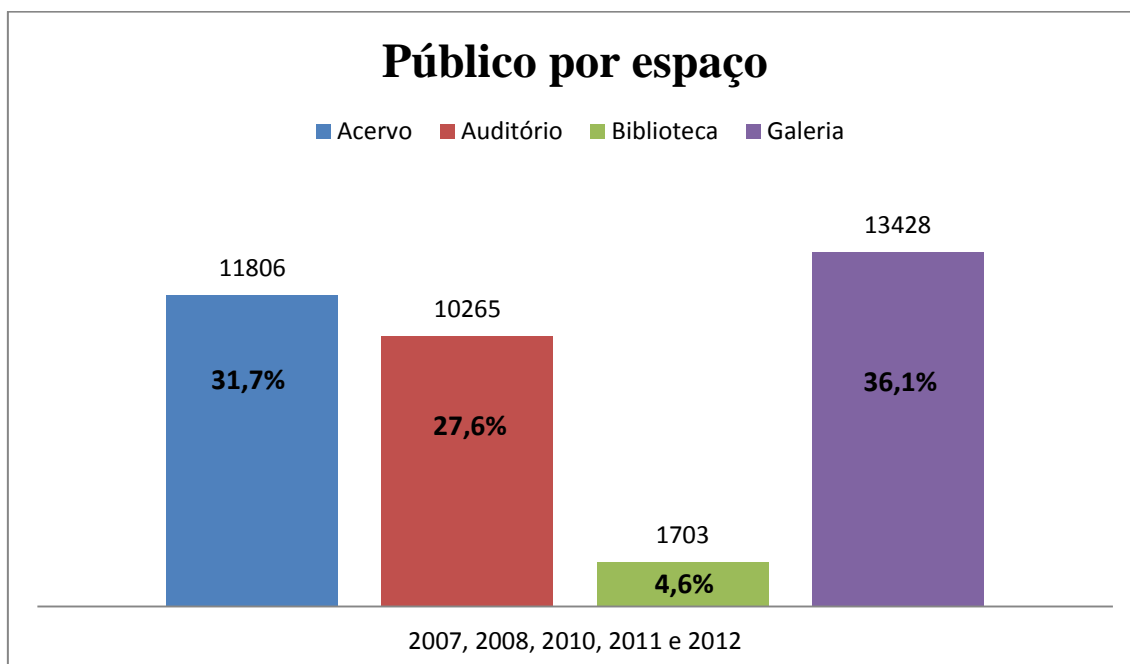


Gráfico 1 – Percentual de público por espaço durante o período 2007-2012, exceto 2009. Fonte: MAUÁ, 2007/2008/2010/2011/2012. Gráfico: Elaborado pela autora.

O acervo permanente atualmente possui cerca de 2.000 peças catalogadas. Em 2010 o espaço passou por reforma na estrutura física, com aquisição de equipamentos e execução de projeto de iluminação. Pelo aferido, até 2007 o espaço estava fora de funcionamento e nos anos seguintes foram realizadas ações de organização e

dinamização do espaço, caracterizando avanço na perspectiva da preservação da memória das técnicas artesanais.

A biblioteca é um espaço com menor visibilidade dentre os demais espaços e funciona apenas para consulta local. No mesmo processo de organização interna do acervo, de 2007 até 2013, verificaram-se ações para melhoria do funcionamento, ainda que tenha sido em menor escala comparada ao acervo-técnico. Em 2012, iniciou-se a informatização, planejando também disponibilização virtual do acervo, contudo não apresentou continuidade no ano seguinte. Os livros publicados pelo Mauá, quatro ao longo dos sete anos, ficam disponíveis na biblioteca e reúnem informações singulares do artesanato do estado. Foram realizadas 17 exposições ao longo dos setes anos pesquisados, destas, seis foram realizadas através do Projeto SAP - A Sala do Artista Popular um programa do Centro Nacional do Folclore e Cultura Popular - CNFCP.

Os eventos decaíram em número de realizações: em 2007 foram identificados seis eventos, já nos anos seguintes, permaneceram apenas a realização do Encontro Baiano de Artesanato e da Feira de Artesanato Indígena. A redução do número de eventos foi uma estratégia adotada pelo Instituto, que em 2008 redefiniu as ações de competência do NART, canalizando as ações para organização interna e do acervo. Diante do exposto, verifica-se que há um trabalho contínuo sendo efetuado no âmbito da reestruturação, uma necessidade prévia à ampliação do escopo de atividades. A catalogação e a abertura ao público são ações básicas na difusão da informação sobre o universo artesanal.

3.3.2 Fomento

As ações de fomento observadas durante o período de 2007 a 2013 indicam uma perspectiva de atuação com foco na capacitação, tanto para polos artesanais já existentes como em novas iniciativas, assim como no apoio a formalização de cooperativas e associações. As realizações tiveram como premissa o alcance aos diferentes Territórios de Identidade da Bahia. Nesse sentido, as atividades foram desempenhadas sob a lógica: 1) identificação de comunidades e regiões com capacidades criativas através de diagnósticos, 2) realização de capacitações, 3) cadastramento no SICAB, 4) Apoio ao associativismo e 5) Cessão de equipamentos.

Com base na análise, o perfil de atuação prioritário em relação ao fomento da atividade artesanal é o apoio local e comunitário, através da ampliação das capacidades produtivas. Para Cristiana Souza, membro da Associação Flor de Itapicuru, de Cruz das Almas, o apoio do Mauá foi essencial para formalização da associação e na organização do modo de produção. Mas acrescenta: “o complicado é conseguir vender”. (SOUZA II, 2014)

Oficinas e Capacitações

As capacitações, tidas como ações prioritárias pelo GT 2 estiveram presentes em todos os anos analisados, destinadas aos artesãos integrantes de comunidades, cooperativas ou associações artesanais em diferentes estágios de organização, localizadas, principalmente, no interior do estado. As oficinas identificadas foram: Técnicas Artesanais, Desenvolvimento de Produto, Associativismo e Relações interpessoais, Identidade Cultural, Design de Produtos e Educação Ambiental. Só a partir de 2012, outras disciplinas foram inseridas, por meio de edital vinculado ao Mauá, o projeto “Saber, Fazer e Empreender” adicionou novas linhas de capacitação: Gestão Tecnológica (transferência do saber), Gestão Administrativa (formação de preços); Gestão Mercadológica (processo de venda).

Alexandre Santos, estagiário da GEFAR, responsável pela emissão das carteiras de artesão, relata que “nos meses em que o setor não realiza as visitas técnicas de capacitação, o número de novos cadastros diminui muito” (SANTOS, 2014). Há, deste modo, a construção de uma expectativa de geração de emprego e renda dentro do setor artesanal, que contrasta, porém, com o alto índice de evasão. Segundo o Estudo Exploratório 67% das associações possuem evasão dos associados, motivados principalmente, por trabalhos em outros locais (39%), seguido de falta de interesse pelo ofício (33%) (BAHIA, 2010, p. 32). No quadro abaixo, o número de artesãos capacitados por meio das oficinas em cada ano:

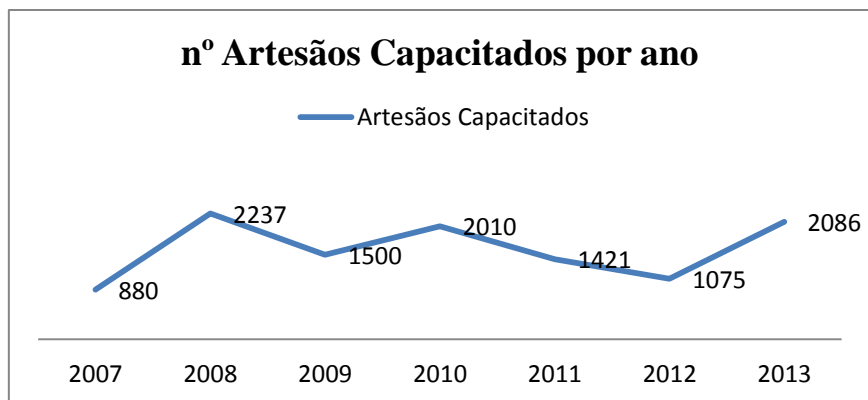


Gráfico 2 – Número total de artesãos capacitados por ano 2007- 2012.
 Fonte: MAUÁ. Relatório Anual de Atividades, 2007-2012. Gráfico Elaborado pela autora.

No que tange a concessão de equipamentos, verificou-se que em 2011 foram concedidos 125 equipamentos para 15 associações e em 2012, o número de equipamentos aumentou para 432, distribuídos em 19 associações que já vinham sendo atendidas pelas capacitações nos anos anteriores. Dentre os equipamentos listados⁶ estão os utilizados diretamente na produção dos artefatos e equipamentos para melhoria da estrutura física dos locais de produção.

Considera-se, de modo geral, que as ações no âmbito da capacitação comunitária desempenharam um importante papel, ainda que não se tenham ferramentas para verificar a eficácia destas. Entretanto, ressaltam-se também algumas lacunas que surgem a partir da adoção de uma política de ação unilateral. Isto é, ao longo desses sete anos a política de fomento desenvolvida trabalhou numa perspectiva de prestar assistência a cooperativas e associações específicas, mediante análises das necessidades. Neste sentido, reduzem-se os espaços de problematização com artesãos de outros perfis, individuais ou não, empreendimentos criativos e outros grupos de interesse, que, deste modo, não possuem vias de interação com o Mauá para implementação de suas atividades, para novas proposições e não se inserem em nenhum programa de capacitação ou consultoria. Com a estratégia de identificar e capacitar de fato uma parcela é atendida, mas existem também outras demandas que precisam ser consideradas.

⁶ Foram identificados: armários, bebedouro, cadeiras, computador, discos de serra, esmeriladoras, estabilizadores, estantes, gabinetes, ferros elétricos, fogão industrial, furadeiras, máquinas de costura doméstica, mesas de escritório, motores elétricos, pasta arquivo, plainas, retíficas e ventiladores.

É o caso, por exemplo, de artesãos independentes que não encontram canais de incentivo dentro do escopo do fomento disponível na política para o artesanato na Bahia. Nesse sentido, o incentivo a criatividade empreendedora sendo pautada como estratégia de política pública se apresenta em paradoxo com o que se concebe para atividade artesanal. Cabe refletir, porém, se a perspectiva da economia criativa tem no artesanato uma base sólida de concretização ou representa, na verdade, uma insistência de adequação conceitual às variáveis criativas. Acredita-se que a economia criativa em sua amplitude e, mais ainda em diferenciação com as Indústrias Criativas, onde já imperam setores, como o da comunicação que detém gigantesca autonomia e hegemonia na sociedade capitalista, pode ser uma perspectiva viável. Desde que encontre nas políticas formas de ser inserido numa lógica mercantil que o favoreça, sem a criação de uma lógica paralela, mas partir da implementação estratégica de ações que se dirijam a amplos setores.

É importante conceber, também, que o artesanato enquanto produto da cultura, também se apresenta em novos arranjos sociais, e se concretiza na produção simbólica de múltiplos agentes, sob as influências da tradição e da expressão espontânea do tempo presente. Como apontam Gonçalves e Musse (2011, p. 8) “as manifestações culturais não são estratificações, mas explosões revestidas de atualidade”. O fomento ao artesanato no âmbito de ampliar as redes de colaboração e pesquisa, de incentivar a interação de áreas do conhecimento, possibilita a aproximação da inovação com a tradição sem necessariamente estar a guisa de corresponder às expectativas de mercado, no entanto, inserindo-se nele. Pode ter, por assim dizer, um objetivo intrínseco de re-significar.

Quando a produção popular se petrifica em folclore, as verdadeiras e suculentas raízes culturais de um país secam: é sinal de que ‘interesses’ internos ou de importação tomaram o poder central, e as possibilidades de cultura autóctone são substituídas por ‘frases feitas’, pela ‘supina repetição’ e pela definitiva sujeição a esquemas esvaziados. (BARDI, 2008)

A abertura do diálogo com áreas correlatas possibilita à atividade artesanal a inserção em novos contextos e o despertar para possibilidades no mundo contemporâneo. É papel fomentador inserir o artesanato dentro de um campo de discussão que incorpore, também, as iniciativas da sociedade e das empresas privadas, o conhecimento acadêmico, que interajam tecnologias de comunicação, fortalecendo

redes colaborativas e fluxos multilaterais. De certo, é um dilema posto: devem manter o distanciamento que as preservou ao longo do tempo e, simultaneamente, devem estar sintonizadas aos sistemas de informação, associando-se a outros veículos econômicos, como turismo, cultura, moda, decoração e tecnologia (SILVA, 200?).

3.3.3 Promoção e comercialização

Compra e Venda de peças artesanais 2007 – 2012

O campo da promoção e comercialização da produção artesanal, que viabiliza a obtenção de renda e promove o fortalecimento do paradigma da sustentabilidade, a partir da análise das ações implementadas pelo Instituto Mauá é o que encontra as maiores dificuldades de avanço e se mostra inserido em conflitos conceituais com os princípios da economia criativa. A prática mais expressiva, na qual possui ação direta, é a aquisição por parte da Instituição das peças artesanais produzidas pelas associações que auxilia e a comercialização destas nas três unidades das suas lojas físicas. Os dados, porém, nos mostram que os valores das aquisições superam os valores das vendas, isto é, a despesa gerada foi maior do que a receita arrecada nos anos de 2007, 2008, 2011 e 2012, sendo que não foram encontrados dados relativos a 2013, ainda que a prática tenha se mantido.

No total, de 2007 a 2012 registrou-se um saldo negativo de R\$ 57.168,00. A reflexão sobre esses números leva a questionamentos sobre os fatores sustentabilidade e viabilidade econômica e, principalmente, implica na necessidade de reforço da atuação pressupondo a existência de mercado, envolvendo produtores, distribuidores e investidores, descentralizando a cadeia em torno da Instituição. De todo modo, a ação tem sua incidência e importância para sobressaltar o potencial de determinada região e os dados, apesar de demonstrarem uma balança negativa, apresentam aumento ano a ano do número total de compra e venda. Portanto, questiona-se aqui que esta seja a ação prioritária enquanto estratégia de comercialização, que denota a longo prazo, a redução de autonomia dos artesãos.

No âmbito das parcerias não foram identificadas ao longo do período analisado, a realização de projetos com iniciativa do Mauá no estabelecimento do diálogo ou mediação com os lojistas baianos, com o comércio artesanal no Pelourinho, no Mercado

Modelo e/ou em demais regiões do estado em que há um comércio expressivo de artesanato, principalmente nas zonas turísticas. Essa constatação sugere o porquê da existência de tantos produtos “artesanais” em circulação nesses ambientes e, por outro lado, a não rentabilidade da atividade para os artesãos. Neste fluxo os lojistas atravessam todo o processo.

O Mercado Modelo definido como “o Maior Shopping de Artesanato do Brasil”⁷, já dá indícios através deste discurso do lugar do artesanato na cidade. O *shopping*, espaço privado que se diz público, pode ser interpretado como o lugar da representação do consumismo e da experiência do lazer-mercadoria. Ademais, ainda que um espaço válido de sociabilidade no contexto urbano das grandes cidades, revela as diferenças de acesso e participação, ao passo que se pautam no poder de compra dos indivíduos. Este processo Carlos (2005, apud MARCHESINI Jr.; SANTOS, 2009) interpreta como:

(...) “simulacros no espaço”, que são consumidos através do turismo e do lazer, novos espaços reproduzidos para satisfazer o bem estar da sociedade em seu momento de não trabalho, sendo locais de uso temporário. Esses novos espaços segregam e dividem a sociedade entre os que podem e os que não podem consumi-lo. (MARCHESINI Jr.; SANTOS, 2009, p.27)

Nesse sentido, a relação de *shopping* com as dimensões da cultura popular se apresenta em antagonia. Nessa relação antagônica a cultura popular se insere no Mercado Modelo, através de sua representação pasteurizada e efêmera. Além da desvalorização simbólica, contesta-se também a autenticidade artesanal dos produtos comercializados no local, que em geral, são fruto do *industriano* e que cumprem o papel de *souvenir*.

O Mercado Modelo é um dos pontos turísticos mais visitados da cidade, localizado em prédio tombado pelo IPHAN, erguido no século XIX para funcionar como Casa de Alfândega. O Mercado é propriedade da prefeitura de Salvador, administrado pela SALTUR em parceria com a Associação dos comerciantes – ASCOMM e não possui nenhum tipo de vínculo ou parceria com representante do setor artesanal. Há uma insatisfação, portanto, dessa relação com um espaço público que se dirige a promoção da cultura e do artesanato e que no, entanto, obedece apenas a lógica

⁷ Descrição retirada do site oficial do Mercado Modelo: <http://www.mercadomodelobahia.com.br/>

dos comerciários. Deste modo, o artesanato autêntico do estado não possui um local de comercialização direta com a população e os turistas, o que priva a cidade de um espaço de cultura importante e diminui a via de escoamento das peças. Nos relatórios identificou-se que em 2007 havia proposta de implantação de espaço voltado ao artesanato, culinária e manifestações da cultura popular, intitulado “Mercado Vivo”, no ano seguinte, identificou-se que incluía-se dentre as propostas do Plano Plurianual – PPA do Governo do Estado da Bahia de 2007, entretanto, o projeto não se concretizou e desde 2009, não houve mais menções sobre o seu desenvolvimento.

A demanda por espaços de comercialização se sobressai também nas entrevistas realizadas, que apontaram o escoamento e valorização da produção como fatores de maior dificuldade no setor e no qual, porém, possuem menor interação do Instituto. E no próprio Relatório Anual de Atividades, se reconhece “É necessário avaliar e resignificar as ações de desenvolvimento do artesanato na Bahia permitindo melhor atender os diversos territórios que têm o MAUÁ como único canal de promoção e comercialização.” (MAUÁ, 2008, p.17) reflexão que, contudo, não se concretizou em uma diversificação factual da atuação.

A questão da valorização e comercialização do produto artesanal é um desafio a ser superado, isso é fato. Não é uma dificuldade gerada somente por um processo gestor específico, reflete as práticas de consumo da sociedade, sobretudo, o mercado no sistema capitalista e sua dinâmica sob a qual as interferências do Estado são limitadas. A atual tendência à valorização do meio ambiente e da diversidade cultural, que nos últimos anos vem pautando, por exemplo, o discurso de grandes empresas, dado o aumento dos debates sobre a escassez dos recursos naturais e o direito à cidadania, proporcionou um pequeno resgate de valor para o artesanato, que condensa valores sociais importantes. Porém, a indústria também incorpora essa lógica e rapidamente vem se apropriando de sua estética, reproduzindo sua aparência, numa produção vazia do significado cultural. (FREEMAN, 2011). Mas são nestes contextos de oportunidades, de tendências, que a política pode fomentar transformações, criando estratégias de apoio e vias de sustentação. No arcabouço dessa visão, Reis esclarece essa confusa relação da economia do intangível com as políticas, que estabelecem não um elo restrito à esfera da cultura, mas que amplia sua dimensão com vista ao desenvolvimento.

(...) a economia da cultura oferece todo o aprendizado e o instrumental da lógica e das relações econômicas; da visão de fluxos e trocas; das relações entre criação, produção, distribuição e demanda; das diferenças entre valor e preço; do reconhecimento do capital humano; dos mecanismos mais variados de incentivos, subsídios, fomento, intervenção e regulação; e de muito mais em favor da política pública, não só de cultura, como de desenvolvimento (REIS, 2009 p.25)

Representação dos artesãos em Eventos e Feiras Nacionais 2007-2013

A outra via de promoção e comercialização do artesanato presente em todos os anos da análise é a participação em Feiras Nacionais de Artesanato, em que o Mauá opera a partir da ação comentada anteriormente. Ou seja, com o acervo adquirido, participa institucionalmente das Feiras e arrecadação obtida se reverte na compra de mais produtos. Os dados, portanto, referentes a esta movimentação estão inclusos no total de compras e vendas das peças artesanais. Conforme explica Rosemary Aguiar, gerente da Gerência de Promoção e Comercialização do Artesanato - GEPAR,

Quanto mais a gente vende, mesmo o Mauá Institucional, quando a gente vai pra uma Feira em Belém [,por exemplo], a gente vai vender os nossos produtos que já estão comprados aqui na Loja Mauá e vai vender (...) Quando eu consigo vender 10mil, 15mil a loja vai ficar sem mercadoria, então, automaticamente “eu” vou ter que comprar mais mercadoria pra repor. (AGUIAR, 2014)

Há também o auxílio do Mauá, quando da participação em Feiras apoiada diretamente pelo PAB, as quais não possuem taxas de participação para artesãos cadastrados no SICAB, selecionados de acordo com os critérios de cada uma das organizações. A depender da Feira, ainda segundo a gerência da GEPAR, caso o Mauá esteja participando institucionalmente, pode auxiliar na participação de alguma Associação, viabilizando o transporte das peças, transportando-as no caminhão de propriedade do instituo, juntamente com as peças do acervo que serão comercializadas. (AGUIAR, 2014). Entretanto, este procedimento não se encontra regulamentado ou registrado em nenhum dos documentos analisados, além da entrevista. Não é um procedimento reconhecido e aberto à participação de demandantes, não havendo seleção ou regulamento específico. No geral, o trabalho do Mauá relativo às Feiras Nacionais é um desdobramento da ação prioritária.

Realização da Feira Baiana de Artesanato 2007-2013

Outra política adotada é a realização da Feira Baiana de Artesanato - FBA, que de 2007 a 2013 foi realizada quinzenalmente no Jardim dos Namorados⁸, de setembro a março. A participação se dava em regime de rodízio devido à demanda de expositores e mediante taxa de participação para os artesãos oriundos de Salvador, que representavam, contudo, maioria entre os expositores. Segundo a artesã Maria Lúcia, que há mais de 10 anos tem sua renda a partir das vendas da “Lucinha, arte em crochê”,

A gente fazia a feira lá no Jardim dos Namorados. Só lá! Ai a clientela fica viciada,(...) Agora tem um mês que passou pra cá [a FBA em 2014 está acontecendo na Barra] No momento, a quantidade de barracas que eles oferecem é muito pequena pra quantidade de artesãos cadastrados e efetivamente atuantes, agora mesmo são 40 barracas só. Se eu quiser pra um cliente me encontrar em outra oportunidade no mesmo local, é muito difícil. (MOTA, 2014)

A questão acaba sendo paradoxal, pois ao mesmo tempo em que requer rotatividade e inovação, requer também o estabelecimento de um vínculo com a clientela através de espaços. Estes apontamentos, porém, numa visão mais ampla, transcendem a atuação do Mauá e se arrola também, com próprio modo de interação com os espaços públicos urbanos e as práticas de consumo e entretenimento características de uma dada sociedade na relação com a sua cidade. No caso de Salvador, temos um cenário cuja ocupação do espaço público tem sido constantemente questionado no âmbito da necessidade de ampliação dos espaços de partilhas e vivências coletivas. Ademais, Ângelo Serpa (2008, p.184) acrescenta: “Parques e praças sofrem com a concorrência dos shopping-centers, vistos atualmente pelos estratos médios da população soteropolitana como uma forma “segura” de lazer e consumo frente à “insegurança” dos espaços públicos”. Ainda que deparada com estas questões, de um modo geral, a FBA representa, na estrutura das estratégias, uma segunda principal realização para escoamento de produção artesanal baiana, e tem a positividade da distribuição direta entre artesãos e consumidores finais, sem a existência de intermediários, que por vezes, representam uma perda significativa de receita para os artesãos. Em termos financeiros, a FBA movimentou entre 2008 e 2011 cerca de R\$ 2.060.000,00.

No aspecto relativo às feiras, uma ausência notável, porém, é a inexistência de uma feira nacional em território baiano. O estado da Bahia, apesar posicionar-se entre

⁸ Parque urbano localizado no bairro do Costa Azul, em Salvador.

os estados de maior quantidade de produção no setor não está inserido no circuito das grandes feiras voltadas ao mercado artesanal no país. Atualmente, as maiores feiras acontecem em São Paulo, Belo Horizonte, Natal, Olinda, Curitiba e Manaus, nas quais a movimentação financeira gira na casa de milhões, contato com apoios estatais e grande investimento da iniciativa privada.

O Espírito Santo, por exemplo, estado menor em dimensão territorial e produção artesanal, passou também a realizar feira nacional no estado, a ArteSanto que em 2013, em sua primeira edição, movimentou aproximadamente R\$ 5 milhões. Comparado com a movimentação da Bahia, os seis dias de feira da ArteSanto representam mais que o dobro do faturamento da FBA em dois anos. A realização de feiras de grande porte, além de representar valores altos nas vendas diretas, possibilita a interação com o mercado nacional e a apreensão das tendências, gera visibilidade, expansão da capacidade de criação e inovação através da troca de experiências, incide também, na movimentação do setor turístico e na atração de investidores e compradores.

Participações em eventos Locais 2008-2013

O Mauá em todos os anos analisados esteve presente em eventos de diversas naturezas realizados principalmente em Salvador, sendo públicos e privados. As participações se dão através da disponibilização de stands para o artesão comercialize diretamente os produtos com o público ou por meio de representação Institucional, a depender de como tenha sido requisitado pela produção do evento. Em alguns casos requer pagamento de taxa de participação. Dentre os anos analisados, só o relatório de 2008 possuía dados específicos da movimentação financeira dos eventos locais⁹, no ano, a movimentação total foi de R\$ 241.506,00, representando 38% das vias de escoamento, considerando todos os eventos (Feira Baiana, Eventos Locais e Eventos Nacionais). A FAB com 54% mantem-se como principal evento, seguida dos demais eventos locais e por último os eventos nacionais com 8%. Observou-se, que não há procedimento padrão de inscrição do artesão quando da existência desses eventos, nem plataforma de divulgação das oportunidades.

Apoio na realização da Rodada de Negócios 2008-2013

⁹ Percentual do escoamento de produtos por eventos: Artesanato no Shopping – 25%; Outros Eventos: 12%; Artesanato nas Empresas – 1%;

A Rodada de Negócios é uma iniciativa do SEBRAE que consiste na realização de reuniões de negócios entre entes que demandam e ofertam produtos e serviços para diversos setores. Em 2008, o SEBRAE propôs parceria com o Instituto Mauá, para realização de Rodadas entre artesãos e empresários. Constituindo-se, portanto, em uma importante ferramenta de articulação para venda, de 2008 a 2013 realizou-se uma vez por ano, contando com a presença de empresários dos diversos estados brasileiros. Vale salientar, que o SEBRAE é, tanto em domínio estadual, quanto nacional, um dos organismos de maior atuação de inserção mercadológica do produto artesanal e de incentivo ao desenvolvimento das cadeias produtivas. Desde 2002 o SEBRAE contribui para o setor através do Programa SEBRAE de Artesanato nos SEBRAE/UF, desde então, diversas iniciativas e publicações, a exemplo do Termo de Referência desenvolvido em 2004, atualizado em 2010, que funciona como instrumento de trabalho norteador das ações a serem realizadas no segmento e que amplia às perspectivas da política para o setor. As participações nas rodadas de negócio não estão condicionadas ao vínculo com o Mauá, entretanto, o apoio do Instituto é importante para divulgar as possibilidades, principalmente, entre as associações e cooperativas com menores níveis de instrução. Em 2008, na primeira edição, a rodada representou 83% da receita gerada em eventos locais, totalizando R\$ 56.000,00 envolvendo 15 empresas nacionais e 1 estrangeira. Em 2009, movimentou 155 mil ao total, com a participação de seis associações. Em 2010, do total de vendas que teve valor aproximado de R\$ 48 mil, R\$ 15.874,00 foram comercializados por 49 artesãos cadastrados no Mauá. Em 2011, a rodada movimentou R\$ 71.618,00, porém, não contemplou nenhuma das associações vinculadas ao Mauá. Considerando os anos de 2008, 2010 e 2011 houve redução do montante correspondente a receita gerada para artesãos vinculados ao Mauá, as rodadas envolvem diferentes perfis de compradores e motivações, não encontro nesta oscilação um lugar de desvalorização do artesanato, interpreto, contudo, que reflete o mercado que tem suas variáveis. O Sebrae é responsável, também, pela realização dos *showrooms* de artesanato que acontecem eventualmente nos shoppings Salvador e Barra.

Certificação: Selo “A Bahia Feita à Mão” 2011

O Programa de Certificação do Artesanato Baiano através da criação do selo “A Bahia Feita à Mão” representa um marco na adoção de estratégias de potencialização mercadológica das peças artesanais baianas. A certificação confere legitimidade ao produto genuinamente artesanal e representativo da cultura baiana. O selo, chancelado

pelo IBAMETRO – organismo certificador de produtos e sistemas que representa o Inmetro no Estado – identifica os produtos originários da Bahia, feitos artesanalmente, reconhecendo-os como sinônimos de autenticidade, qualidade e responsabilidade socioambiental. Construído pelo Mauá e IBAMETRO, o Regulamento de Avaliação de Conformidade – RAC é o instrumento do Programa que define os requisitos necessários para a certificação, promovendo ações de sustentabilidade e organização da produção artesanal.

Os primeiros passos para criação da certificação vieram entre 2009 e 2010, a partir das estratégias definidas pelo GT 3 – Acesso a mercados, diante do reconhecimento da necessidade de diferenciação entre os produtos genuinamente artesanais e os produtos comercializados como sendo artesanais, que são, contudo, desprovidos de referências culturais em sua constituição e não alinhados a processos sustentáveis. Produtos, estes, que disputam mercado com o artesanato legítimo e acabam por desvalorizar e desqualificar a produção artesanal como um todo.

A implantação do selo tem como plano de fundo as primeiras ações institucionalizadas em que o termo “economia criativa” é referenciado enquanto Programa de Estado na Bahia inserido entre as metas do Plano Plurianual - PPA 2012-2015 do Governo de Estado da Bahia. O Programa integra o Compromisso de “tornar os produtos do artesanato baiano mais competitivos no mercado mundial por meio do estímulo à produção de excelência e aos princípios da responsabilidade socioambiental” (BAHIA, 2011, p.317) inserido no programa “Economia Criativa” do Eixo Estruturante “Desenvolvimento Sustentável e Infraestrutura para o Desenvolvimento”.

Apresentado em 2011 e operacionalizado em 2012 com a abertura do Edital de Certificação nº 1, de 8 de março de 2012. A primeira certificação recebeu 134 inscrições e contemplou 54 produtos de 42 artesãos de nove cidades do estado. A segunda etapa, em 2013, certificou mais 70 produtos. A meta até 2015 é certificar um total de 180 produtos e, pela tendência dos dados aferidos, a probabilidade é que alcance um número maior de certificações. A certificação, portanto, parece originar os primeiros passos de uma atuação sistêmica, que opera não em função de uma etapa específica, mas que anuncia uma atenção para a cadeia produtiva em sua complexidade, na relação com o mercado. Neste sentido, o certificado confere ao produto artesanal diferenciação e autenticidade, que são aspectos fundamentais de valoração.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho surge a partir da inquietação com o cenário do artesanato na Bahia, que apesar da sua reconhecida riqueza e diversidade encontra dificuldades de potencialização da cadeia produtiva. A análise apontou um mercado que não possibilita o escoamento da produção artesanal autêntica de modo que esta possa ser entendida como atividade econômica rentável no estado, conflitando com as expectativas de desenvolvimento pautadas na economia dos produtos da criatividade e da cultura.

Esta perspectiva de desenvolvimento que traz novos elementos protagonistas convoca a atuação pública no arranjo de novas políticas, instrumentos, metodologias e indicadores capazes de entender e promover economicamente tais setores. A diversidade cultural, tida como um dos princípios norteadores da economia criativa e sob a qual se edifica a euforia brasileira pelo tema, dado o nosso provimento incontestável de insumos, é onde o singular ganha destaque. Mas é também, nessa diversidade, fruto do nosso processo de colonização explorador, que se apresentam as desigualdades sociais e se conflitam a lógica da hegemonia. Deste lugar de disputas, emerge o artesanato e seus atores, e daí a garantia da pluralidade torna-se fundamental para valorização e proteção das identidades culturais, base para crescimento regional.

Neste sentido, como vem se inserindo o artesanato na perspectiva econômica? Em que esfera do planejamento o artesanato está inserido nas políticas do estado? Norteadas por estes questionamentos e entendendo que a análise de políticas públicas, segundo Arretche (1999 apud TAVARES, 2005 p. 126) dedica-se ao exame da engenharia institucional e dos traços constitutivos de programas, esta pesquisa delimitou-se a observar e questionar o panorama do setor do artesanato na Bahia a partir das estratégias de atuação adotadas pelo Instituto de Artesanato Visconde de Mauá, nos últimos sete anos, considerando como linhas principais o fomento e a promoção/comercialização e, então, as aproximações existentes - ou não - com a iminência da economia criativa enquanto conceito aplicável.

O Instituto de Artesanato Visconde de Mauá, no decorrer da sua longa trajetória, acompanhou os diferentes momentos da história da Bahia, assumindo de início o respeitável papel no incentivo a inserção feminina no mercado de trabalho. Atualmente, como responsável pelo gerenciamento do setor de artesanato na Bahia reconhece-se, sobretudo, a sua presença junto a comunidades artesanais, na preservação de sua

memória, com destaque para as publicações “Artesanatos da Bahia” e dos livros “Conversas Quilombolas” e “Saberes e Fazer”. O Mauá, de acordo com as ações analisadas, tem pautado a sua atuação principalmente na capacitação voltada às associações e cooperativas artesanais. O incentivo a este tipo de organização é uma tendência que vem se acentuando em várias esferas dos setores criativos, que tem na institucionalização do trabalho coletivo um meio facilitador de fomento público. Viabilizado por essa institucionalização das unidades produtivas, o apoio concedido por meio da cessão de equipamentos representa um importante aporte no aumento da capacidade e qualidade da produção, bem como do seu gerenciamento, dada a natureza diversa dos equipamentos, que inclui, também, móveis e aparelhos para estruturação das sedes.

Há, porém, uma reflexão sobre a pouca abertura do Instituto para novas esferas de atuação, nota-se uma resistência em compreender que a atividade artesanal não se limita à tradicional e que abrange também o artesanato contemporâneo, que ante o fenômeno da globalização tem ganhado espaço e visibilidade no mercado globalizado e dessa forma se coloca, também, como forte aliado à valorização da atividade manual. Deste modo, vê-se a necessidade de revisão das estratégias de atuação voltadas ao fomento, passando a interagir com outras parcelas da sociedade, em sintonia com a sua dinâmica e com áreas do conhecimento e da criação.

Nesse sentido, a abordagem da inovação, do ponto de vista do setor do artesanato e, que por analogia, se estende aos demais setores que tem a cultura como elemento de valor e produção de riqueza, não deve ser entendida apenas dentro do processo de criação do objeto, da materialidade em si. Deve, sobretudo, pressupor ideal a inovação como propulsora de alteração do *status quo* em que o Estado tem papel fundamental. Deste modo, o artesanato, entre a mercadoria e a cultura, poderá buscar alicerces para sua sustentabilidade. Ao Mauá, em seus 75 anos de existência, da estrutura física, passando pelo corpo de funcionários, até a atuação propriamente dita incumbe o desafio de não ser estanque.

Outro aspecto fundamental é a necessidade do exercício da transparência e abertura. O Instituto não deve ocupar apenas o lugar do tutor que leva a informação e apresenta as possibilidades, numa relação que coloca a intervenção do poder público de “cima para baixo”, mas estabelecer-se também como um canal de diálogo democrático

que, enquanto entidade pública, adote mecanismos de garantia da informação e se apresente, também, como ponte para discussão política do cenário do artesanato. Se a entidade não se coloca ao diálogo e à interação com a sociedade civil tende a adotar uma ótica centralizada em si e a não absorver as perspectivas trazidas pelos novos debates e problemáticas.

Com relação às estratégias promocionais e comerciais os números apontaram uma movimentação financeira advinda do setor inferior a outros estados brasileiros, que inclusive, possuem produção artesanal em menor escala. A análise da estratégia de escoamento dos produtos nas Lojas do Mauá apontou uma realidade controversa à sustentabilidade econômica e indicam que é preciso diversificar a atuação. A ausência de um Mercado Artesanal expressivo culturalmente e a inexistência de uma Feira Baiana inclusa na rota das feiras nacionais, além de deixar a Bahia de fora do calendário anual de feiras artesanais do país, influi na pouca estima para a atividade no estado enquanto expressão da cultura.

Numa análise mais específica, de um modo geral, as ações do Mauá tanto no PPA 2008-2011 e no PPA 2012-2015 estão inseridas na área temática “Trabalho e Renda”, dado a vinculação com a SETRE- Secretaria de Trabalho, Emprego, Renda e Esporte da Bahia e o conjunto das atividades dialogam com a interpretação do setor voltada à abordagem da economia solidária, sendo assim, as atividades centrais integram o programa “Bahia Solidária: mais trabalho e mais renda”. Não coube aqui, porém, questionar a economia solidária enquanto estratégia de desenvolvimento. Apontou-se, contudo, as lacunas da atuação do Instituto Mauá, ponderando os lugares e os juízos implicados por este ao artesanato. Diante do panorama de ações apresentado, considera-se necessário o entendimento que a inclusão e o desenvolvimento social requerem, para além do aspecto da obtenção de emprego e renda, o caráter emancipatório dos seus sujeitos.

Nesse sentido, percebeu-se ao longo desses últimos anos que o Mauá vem atuando em tendência assistencialista sem, contudo, prover outras bases para busca da autonomia. Não há a expectativa, porém, que o Mauá atue como regulador da atividade econômica ligada ao artesanato no estado, visto que, como aponta REIS “a economia criativa, sendo economia, não é normativa, ou sejam não estabelece normas, não decide o que deve ou não ser feito ou como os recursos devem ser aplicados” (Reis In. BRASIL 2011, p 75.) no entanto, na condição de responsável pelo desenvolvimento do

setor artesanal há o anseio que viabilize a ampliação dos canais de escoamento da produção artesanal através da articulação com o setor turístico, da articulação em vista da apreensão das práticas de consumo da própria cidade, do fortalecimento do mercado interno, da abertura de possibilidades à exportação e aumento da valorização do produto artesanal dentro e fora da esfera regional. De todo modo, é preciso ressaltar a complexidade dessas ações e admitir a economia criativa ainda como um campo de novidades a serem acentuadas e absorvidas pelas distintas representações. Nesse sentido, o selo “A Bahia Feito à Mão”, oriundo da discussão de diferentes entidades desde 2009, reitera o papel fundamental da transversalidade e enuncia, portanto, um “andar para frente”.

Com base nessas observações, o imperativo é a necessidade de adoção de uma ótica multidisciplinar, que implique em interações multissetoriais na formulação e sustentação de estratégias para um novo tempo. O que se almeja, todavia, não são respostas concretas ou estratégias prontamente traçadas, mas, justamente, o espaço para novas perguntas.

REFERÊNCIAS

BAHIA. **Decreto nº 2.156 de 26 de maio 1993 - D.O.E. nº. 15.355 27/05/93 pag. 04 e 05.** Salvador, 1993.

BAHIA. **Lei nº 6.677 de 26 de setembro de 1994.** Salvador, BA. 1994.

BAHIA. Governo do Estado. **Plano Plurianual – PPA 2008-2011.** Salvador: SEPLAN, 2007.

BAHIA. Governo do Estado. **Estudo Exploratório das Comunidades Artesanais no Estado da Bahia.** 2010. 96p. Instituto de Artesanato Visconde de Mauá, Bahia.

BAHIA. Governo do Estado. **Encontro Baiano de Artesanato: Construindo uma Política de Preservação e Desenvolvimento.** 2010/2011. 179p. Caderno de Cultura 8, Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, Bahia.

BAHIA. Governo do Estado. **Plano Plurianual – PPA 2012-2015.** Salvador: SEPLAN, 2011.

BARDI, Lina Bo. Por que o Nordeste? **A CASA – Museu do Objeto Brasileiro**, biblioteca eletrônica, 2008. Disponível em:
<http://www.acasa.org.br/biblioteca_texto.php?id=165>. Acesso em: 11 out. 2014

BENDASSOLLI, Pedro F. et al. INDÚSTRIAS CRIATIVAS: DEFINIÇÃO, LIMITES E POSSIBILIDADES. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 4, n.1, jan./mar. 2009, p010-018. Disponível em
<<http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>>. Acesso em: 12 ago. 2014

BEZERRA, Jocastra; WEYNE, Rachel. Política Cultural no Brasil Contemporâneo: Percursos e Desafios. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL – POLÍTICAS CULTURAIS, 4, 2013, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Casa Rui Barbosa, 2013. Disponível em:
<<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/2013/11/01/comunicacoes-do-iv-seminario-internacional-de-politicas-culturais>>. Acesso em: 28 set. 2014

BORTOLETO, E. Identidade, Território, e Pertencimento: A Comunidade Pomerana em Pancas/ES e a Unidade de Conservação dos Pontões Capixabas. In: Encontro Nacional dos Geógrafos, 16, 2010, Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: AGB-SP, 2010. Disponível em: < <http://www.agb.org.br/evento/download.php?idTrabalho=3657>>. Acesso em: 21 maio 2014.

BRASIL. **Portaria nº 29 - SCS, de 05 de outubro de 2010.** Brasília, DF, 2010.

BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações. 2011 -2014.** Brasília. Ministério da Cultura, 2011. 148p (versão impressa)

BRASIL. **Decreto nº 8.001, de 10 de maio de 2013.** Brasília, DF, 2013.

BRASIL. **Lei 12.792, de 28 de março de 2013.** Brasília, DF, 2013.

CALABRE, Lia. Política Cultural No Brasil: Um Histórico. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA – ENECULT, 1., Salvador, 2005. **Anais...** Salvador: UFBA, 2005. p. 1-12. 2005. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecul2005/LiaCalabre.pdf>> Acesso em: 22 maio 2014.

CALABRE, L. Desafios à construção de políticas culturais: balanço da gestão Gilberto Gil. In: **Proa - Revista de Antropologia e Arte** [on-line]. Ano 01, vol. 01, n. 01, ago. 2009. Disponível em: <<http://www.ifch.unicamp.br/proa/debates/debatelia.html>>. Acesso em: 22 maio 2014.

CANCLINI, Néstor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983. 149p.

CANCLINI, Néstor G. O consumo serve para pensar. In: **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4. Ed. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 1999. p.51-69.

CARLOS, A. F. A. (org.) **Novos Caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 2005, 204p.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COSTA, Aline de Caldas. Artesanato, Turismo e Desenvolvimento: uma abordagem à luz da Economia Criativa. **Revista Partes**, São Paulo, maio 2007. Disponível em: <<http://www.partes.com.br/artesanato/artesanatoturismo.asp>>

DJAU, M. et al. Artesanato de Renda de Bilro e Desenvolvimento Local: Uma Análise do Processo de Institucionalização da Atividade no Município de Aquiraz, Ceará, Brasil. **DELOS: Desarrollo Local Sostenible**. Ceará, v. 5, n. 15 out. 2012. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/delos/15/desarrollo_local_ceara_brasil.html>. Acesso em: 02 nov. 2014

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Receptivo na Bahia 2011**. São Paulo: 2012. Disponível em <<http://observatorio.turismo.ba.gov.br/pesquisas/caracterizacao-e-dimensionamento-do-turismo-receptivo/>>. Acesso em: 02 nov. 2014

FREEMAN, Claire Santanna. **Economia do Artesanato. 2011**. Disponível em:<<https://clairesf.wordpress.com/artigos-2/economia-do-artesanato/>>

GONÇALVES, Raruza; MUSSE, Christina. Narrativas culturais nas redes midiáticas. In: CONGRESO IBEROAMERICANO DE EXTENSIÓN UNIVERSITÁRIA, 6, Santa Fé, 2011, Argentina. **Anais...** Santa Fé: UNL, 2011. Disponível em: <<http://www.unl.edu.ar/iberoextension/dvd/archivos/ponencias/mesa4/artesanato-e-insercao-social.pdf>> Acesso em: 11 out. 2014

GRUMAN, Marcelo. A UNESCO e as políticas culturais no Brasil. In: **Políticas Culturais em Revista**, 2 (1), p. 174-186, 2008.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Informações Básicas Municipais - MUNIC**. Suplemento de Cultura. Diretoria de Pesquisas. Rio de Janeiro: IBGE, 2006.

_____. _____. Suplemento de Cultura. Diretoria de Pesquisas. Rio de Janeiro: IBGE, 2009.

ILLUSTRATUS. História do artesanato. **Blog Illustratus**. Porto Alegre: s/n, 2010. Disponível em: <<http://blogillustratus.blogspot.com.br/2010/04/historia-do-artesanato.html>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

LACERDA, Alice Pires de. **Políticas Públicas de Cultura para a Democracia Cultural: Uma Análise do Programa Cultura Viva do Ministério da Cultura**. 2010. 114f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.

LEITÃO, Andreza; GANTOS, Marcelo. Economia Criativa, Políticas Públicas e Sociais e Inserção Produtiva: Um Estudo Sobre o Setor do Artesanato no Norte Fluminense. In: CONGRESSO INTERNACIONAL INTERDISCIPLINAR EM SOCIAIS E HUMANIDADES, 1, 2012, Niterói. **Anais...** Niterói: ANINTER-SH, 2012. Disponível em: <<http://www.aninter.com.br/gt02.html>> Acesso em: 16 jul. 2014.

LIMA, Carmen Lucia Castro. Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o Estado da Bahia. **Revista do DESENBAHIA**, Salvador, n.5, set.2006, p103-130. Disponível em: <http://www.desenbahia.ba.gov.br/uploads/2408201115063437Revista5_set2006.pdf> Acesso em: 16 out. 2014.

MACHADO. Nuno Miguel Cardoso. Karl Polanyi e o “Grande Debate” entre substantivistas e formalistas na antropologia econômica. **Economia e Sociedade, Campinas**, v. 21, n. 1, p. 165-195, abr. 2012. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br/docprod/downarq.php?id=3178&tp=a:>>. Acesso em: 12 nov. 2014.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: FUNAG, 2014. 321 p. – (Coleção CAE)

MARCHESINI Jr., Atilio; Regina, SANTOS. O Espaço Social do Shopping Center: Uma Análise do Shopping Parque Dom Pedro em Campinas – SP. In: OBSERVATORIUM: **Revista Eletrônica de Geografia**, v.1, n.3, p.22-37, dez. 2009.

MAUÁ, Instituto de Artesanato Visconde de. **Saberes e Fazeres: Artesanato Baiano**. Salvador: EGBA, 2010. 240p

MAUÁ. **Relatório Anual de Atividades. 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013**. Salvador, Bahia: Instituto de Artesanato Visconde de Mauá, 2014. 1 DVD-Rom

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR - MDIC. **Base Conceitual do Artesanato Brasileiro**. Brasília: MDIC, 2012.

Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1347644592.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2014

REIS, Ana Carla Fonseca (org). **Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.

REIS, Ana Carla Fonseca; Marco, Kátia de. (orgs) **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro: Publit, 2009. 252 p.

REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Orgs). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. Disponível em:

ROQUE, Bruna; PAOLIELO, Carla. O artesanato entre a arte e o design. **Neo Artesanato Urbano**. Ipatinga, Minas Gerais. 2010. Disponível em <<http://neoartesanatourbano.blogspot.com.br/2010/02/o-artesanato-entre-arte-e-o-design.html>> Acesso em: 20 out. 2014.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre. Políticas culturais no Brasil. Salvador. EDUFBA, 2007 p. 11-23.

SAEB – Secretaria de Administração do Estado da Bahia. **Instituto Mauá: Quantitativo de Servidores em 2007 até 2014**. Sistema Integrado de Recursos Humanos. 4f. Salvador: Consulta realizada em 12/09/2014

SERPA, Angelo. Os espaços públicos da Salvador contemporânea. p173-188 In: **Como anda Salvador e sua região metropolitana**[online]. 2nd. ed. rev. and enl. Salvador: EDUFBA, 2008. 228 p. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/36d/pdf/carvalho-9788523209094-08.pdf>> Acesso em: 07 nov. 2014.

SILVA, Francisco Raniere Moreira da. **Configurações Interorganizacionais no Artesanato: O Arranjo Interorganizacional da Atividade Artesanal em Juazeiro Do Norte, no Cariri Cearense**. 2013. 111p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. Disponível em: <http://www.adm.ufba.br/sites/default/files/publicacao/arquivo/dissertacao_de_francisco_raniere.pdf> Acesso em: 07 nov. 2014.

SILVA, Francisco. As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: reflexões sobre a realidade brasileira. **Revista NAU Social**, Salvador, v.3, n.4, p. 111-121, maio/out 2012. Disponível em: <<http://www.periodicos.adm.ufba.br/index.php/rs/article/viewFile/188/178>> Acesso em: 16 out. 2014.

SILVA, Heliana Marinho da. **Por uma teorização das organizações de produção artesanal: habilidades produtivas nos caminhos singulares do Rio de Janeiro**. 2006. 180p. Tese (Doutorado em Administração) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2006.

SILVA, Heliana. **Artesanato: tendências do segmento e oportunidades de negócios**. SEBRAE: RJ. 21p. Rio de Janeiro, [200?].

SOUZA, Maria Julia Alves de. Artesanato, Cultura e Identidade. In: BAHIA. **Artesanatos da Bahia**. Salvador: MAUÁ, 2008. p. 8-12.

TAKAKI, Juliana Yoko. **Lina Bo Bardi e a Produção Artesanal: A Trajetória de um Pensamento de Vanguarda**. 2010. Monografia (Pós-Graduação em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos) - CELACC-USP, São Paulo, 2010. Acesso em: 16 jul. 2014.

TAVARES, Everkley. Avaliação de Políticas Públicas de Desenvolvimento Sustentável: Dilemas e Pragmáticos. **Holos**, ano 21, maio/2005. p120-129. Disponível em: <<http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/63/>> Acesso em: 12 jul. 2014.

TOLILA, Paul. **CULTURA E ECONOMIA: Problemas, hipóteses, pistas**. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2007. Disponível em: <http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/000577.pdf> Acesso em: 17 out. 2014.

TORTORA, Manuela. Das idéias à ação: o papel catalisador da UNCTAD na geração da problemática do desenvolvimento. **Economia Política Internacional: Análise Estratégica**, Campinas, São Paulo, n.2 jul./set.2004. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br/docprod/downarq.php?id=45&tp=a>> Acesso em: 10 set. 2014.

UNCTAD - Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. Relatório de Economia Criativa 2010. **Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável**. Nações Unidas, 2010. 423.p Tradução Itaú Cultural.

Sites:

Feira Nacional de Artesanato do Espírito Santo. <http://www.artesanto.com.br/>. Acesso em: 16 out. 2014.

BAHIA, Secretaria de Educação do Estado. **Bahia é o estado que mais reduz taxa de analfabetismo no Nordeste**. 2014. Disponível em: <<http://institucional.educacao.ba.gov.br/noticias/bahia-e-o-estado-que-mais-reduz-taxa-de-analfabetismo-no-nordeste>> Acesso em: 11 out. 2014.

Entrevistas:

AGUIAR, Rosemary Lima de. MAUÁ E O ARTESANATO NA BAHIA. Salvador, Sede do Instituto Mauá, 05 nov.2014. Entrevista a Nathália Procópio.

BOMFIM, Alaíde dos Santos. MAUÁ E O ARTESANATO NA BAHIA. Salvador, Sede do Instituto Mauá, 19 set.2014. Entrevista a Nathália Procópio.

GOMES, Irene Amorim. MAUÁ E O ARTESANATO NA BAHIA. Salvador, Sede do Instituto Mauá, 05 nov.2014. Entrevista a Nathália Procópio.

MOTA, Maria Lucia Schramm. MAUÁ E O ARTESANATO NA BAHIA. Salvador, Farol da Barra, 05 set.2014. Entrevista a Nathália Procópio.

PESSÔA, Lucas Chagas. MAUÁ E O ARTESANATO NA BAHIA. Salvador, via Internet, 10 set.2014. Entrevista a Nathália Procópio.

SANTOS, Alexandre Silva. Instruções e Consultas aos dados do SICAB. Salvador, Sede do Instituto Mauá, 14 set.2014. Informação verbal – conversa informal.

SOUZA I, Priscila Guimarães. MAUÁ E O ARTESANATO NA BAHIA. Salvador, Sede do Instituto Mauá, 19 set.2014. Entrevista a Nathália Procópio.

SOUZA II, Cristina Isabel dos Anjos. MAUÁ E O ARTESANATO NA BAHIA. Salvador, Farol da Barra, 28 set.2014. Entrevista a Nathália Procópio.

ANEXOS

AÇÕES IDENTIFICADAS - DESCRITIVO

Organização de Acervo/Biblioteca

- **2007:** Limpeza e catalogação dos livros e arquivos que compõem a Biblioteca do NART, ao todo 735 publicações.
- **2009:** Aquisição de Títulos
- **2010:** Reforma da estrutura física do acervo técnico
- **2012:** Informatização do acervo técnico
- **2012:** Aquisição de Títulos

Publicação de Livros

- **2008:** Publicação do catálogo “Artesanatos da Bahia - Territórios de Identidade do Artesanato da Bahia”
- **2008:** Publicação da “Cartilha do Artesanato Baiano”
- **2010:** Publicação do catálogo “Artesanato Baiano – Saberes e Fazeres”
- **2012:** Publicação do livro e DVD “Conversa Quilombola: Artesanato e Tradição do Quilombo”

Realização de eventos

- **2007:** Semana do Artesão
- **2007:** Trezena de Santo Antônio
- **2007:** Cachoeira em Festa
- **2007:** Caruru de São Cosme e São Damião
- **2007:** Bazar Natalino
- **2007:** I Feira do Artesanato Indígena
- **2008:** Lançamento Salão de Artesanato e Arte Popular
- **2008 – 2012:** Feira do Artesanato Indígena
- **2008 – 2013:** Encontro Baiano de Artesanato

Realização de Mostras e Exposições

- **2007:** Exposição “Engarrafamento de Histórias no Mar” do artesão Maneca Brandão
- **2007:** Exposição “Reaproveitando com Arte” integrando a programação da “I Primavera dos Museus”, promovido pelo IPHAN.
- **2008:** Exposição “O Traiado e o Urdido: Tecidos de Buriti dos Gerais da Bahia”

- **2008:** Mostra da arte “Trançadeiras da Palha de Buriti do município de Cocos”
- **2009:** Exposição “Artesanato Baiano - Saberes e Fazeres”
- **2009:** Exposição “Maragogipinho e a Tradição do Barro” – SAP/Rio de Janeiro
- **2009:** Exposição “Cerâmica da Bahia”
- **2009:** Mostra “Cidade Histórica: Uma Cachoeira de Emoções”
- **2010:** Exposição “Maragogipinho e a Tradição do Barro” - SAP
- **2010:** Mostra “Potes e Caborés: Cerâmica de Irará”
- **2011:** Exposição “A arte de Modelar, Esculpir e Trançar”
- **2011:** Exposição “Natureza Fêmea” integrando a programação da “5ª Primavera dos Museus”
- **2011:** Exposição “A Céu Aberto – A Louça de Coqueiros” – SAP/Rio de Janeiro
- **2011:** Exposição “A Céu Aberto – A Louça de Coqueiros” - SAP
- **2012:** Exposição “Arte popular do Velho Chico” – SAP
- **2012:** Mostra Cultural “Raízes do Recôncavo”
- **2012:** Exposição “Marias” de Deo Senna
- **2013:** Exposição “Traçar Tecer” - SAP

Entrevistada: **Rosemary Lima de Aguiar**, Gerente de Promoção e Comercialização do Artesanato – Instituto Mauá

Breve apresentação:

Trabalho no Mauá há oito anos, comecei como subgerente e hoje estou como gerente de promoção e comercialização.

Como o Mauá atua para promover e comercializar o artesanato baiano?

Então, além de se comprar o artesanato – porque a Ângela fomenta – nós compramos o artesanato, comercializamos este artesanato da mão do artesão. Além de comprar e escoar estes produtos nas nossas lojas. É que nós temos a loja do Pelourinho, a loja da Barra e agora uma pequeninha no Museu Geográfico, com foco no artesanato mineral.

A gente também escoar todo esse produto que a gente compra, além do que a gente compra a gente está sempre promovendo eventos para que o artesão tenha essa oportunidade. Entendeu? Quando a gente faz, quando a gente se associa, quando a gente faz uma parceria com o *showroom* junto com o SEBRAE – e esta parceria é porque a gente pega nosso artesão, cadastrado pelo Instituto Mauá, dá essa oportunidade e bota o produto dele lá, consignado. Deixa o produto lá, passam 40 dias no Shopping Barra e esse produto é vendido diretamente para o artesão. Então isso também é uma maneira da gente estar sempre escoando, sempre abrindo mercado para o artesão.

E quando nos participamos das feiras, também. Porque quanto mais a gente vende, mesmo o Mauá Institucional, quando a gente vai pra uma Feira em Belém [por exemplo], a gente vai vender os nossos produtos que já estão comprados aqui na Loja Mauá e vai vender em Belém. Então porque as vezes o artesão pra ele é difícil viajar, tem as despesas, e a gente não tem como custear isso pro artesão. Então quando a gente leva pra Belém que eu consigo vender 10mil, 15mil, 20mil a loja vai ficar sem mercadoria, então, automaticamente “eu” vou ter que comprar mais mercadoria pra repor as lojas.

E o retorno financeiro dessas vendas? É aplicado dentro do MAUÁ?

Dentro do Mauá. Compramos mais artesanato.

Então, atualmente quais as principais ações? Você já citou a compra dos artesanatos, *showroom*...

E as feiras e eventos... O Mauá e o Sebrae, tem uma parceria muito forte. Nós fizemos dois *showrooms* esse ano, um no shopping Barra que durou 40 dias e outro em Sauípe que durou 1 semana e todos eles foram assim bem interessantes para vendas e pra divulgação do artesanato. Porque além da comercialização a gente tem essa intenção mesmo de promover, de fazer se voltar para que todo mundo veja o artesanato da Bahia.

E quanto aos parceiros? Além do Sebrae possui algum outro braço direito?

Nosso principal parceiro aqui dentro é o Sebrae. A gente teve uma parceria com o IBAMETRO, mas foi uma parceria para o Selo. Nós temos o Selo, que você poderia até falar com a pessoa responsável que é Vera Ismerim. Que é fazer com que o produto seja mais valorizado ainda, que tenha um cuidado com o meio ambiente, que tem essa preocupação com a sustentabilidade. Entendeu?! Você fazer um produto e você não destruir a natureza, tudo isso. Então o Selo teve o IBAMETRO que é quem faz essa curadoria, de ir lá... de visitar as regiões.

Que mais...? Tem o PAB, que é o Programa do Artesanato Brasileiro que é o que nos promove também. Porque ele leva a gente, tipo assim, quando a gente viaja por esse Brasil afora, como iremos agora no final do ano pra São Paulo... ou pra Belém, ou pra Brasília, o local, o *stand* é pago pelo PAB.

Nesse caso, nessas feiras, o stand é do Mauá Institucional?

Nós usamos as duas coisas. Inclusive agora quem foi, foi o artesão. Nós temos esses stands cedidos pelo PAB, mas nós não estamos sempre lá com o produto, quem está lá é o artesão. Porque quando ele leva o artesão a gente se preocupa muito que vá a associação, porque a associação vai ter vários artesãos. A gente se preocupa em levar o artesão, mas as vezes quando o artesão não tem condições vai o Instituto com as peças da loja.

Existe algum programa de auxílio? Por exemplo para custeio de algumas despesas quando dessas viagens?

Depende. Brasília a gente está levando uma associação, que foi o Mauá quem deu uma força pra ela chegar até lá. Estamos levando agora uma pra São Paulo, só a associação.

Nessa de São Paulo o Ministério vai dar o local, o Ministério vai dar alojamento pra eles, o MAUÁ dá o caminhão, que sai daqui de Salvador repleto de material, então o artesão já não tem custo com envio das peças. Então assim, é essa nossa preocupação. Porque, assim, sempre tem o artesão mais organizado, com estrutura melhor. Esse aí ele viaja por ele mesmo, é mais um local pra ele escoar, porque que vai vender bem e ele não se importa.

No caso, estes também não pagam o stand?

Não, não pagam. Se a gente tem o apoio do PAB, eles não pagam. Estavam em Brasília sem pagar, estão em Belo Horizonte agora. Então os principais centros eles estão indo sem custo.

Nos últimos anos, quais você considera os maiores avanços no seu setor?

Eu vejo um reconhecimento muito forte do artesão, do artesanato. E essa procura de escoar esses produtos, essa é uma coisa bem forte desta gestão. Nesses últimos oito anos a prioridade é levar ou o produto ou o artesão pra que seja escoado.

Existe alguma parceria com os lojistas?

Sim. Nós temos uma feira que tem todo ano, em parceria com o Sebrae. Como é mesmo o nome do evento? Rodada de Negócios! Eles pegam entre 20 e 30 lojistas, convidam e trazem a Salvador, lojistas de vários estados São Paulo, Rio, Minas, Ceará e convidam os artesãos que fazem um showroom pra eles. Mostram seu produto pra que os lojistas comprem, façam pedidos e encomendas àqueles artesãos. A gente faz isso de dois em dois anos...

E assim, nós sempre temos os contatos. O MAUÁ é uma referência muito forte no artesanato na Bahia. E assim, qualquer lojista, qualquer pessoa que queria contato dos nossos artesãos, nós fornecemos e facilitamos.

Em relação à Copa do Mundo houve algo específico? Vocês notaram ampliação do escoamento em função do evento?

Olha, eu não tive surpresa nenhuma com relação a Copa. Foi bom o showroom, mas a minha experiência aqui dentro do maua, quem compra o artesanato.. quem compra artesanato? o estrangeiro não tenha essa cultura, não tem muitos amigos, não tem a família muito grande, essa cultura de comprar, de levar e apresentar. Isso é uma cultura

nossa, de brasileiro. O turista que vem pra cá e compra muito na loja é o turista brasileiro, entendeu? Muito mais do que o estrangeiro. E as pessoas se enganam muito com isso, pelo menos dentro do artesanato

É claro que teve, o showroom foi um sucesso de venda, mas é porque a cidade estava muito cheia, tinha muito turista, tanto daqui do Brasil, quanto estrangeiro. Nós vendemos, mas assim, foi normal, uma coisa muito pouca. Fizemos na copa das confederações, também, e eu tinha visto que.... como lá em Recife, que estávamos na FENEART em plena a copa do mundo, é que nos dias que tiveram jogos, foram os dias que vendemos menos! Fracasso total.

Quais você considera os maiores desafios no setor do artesanato?

Ainda eu acho que é o escoamento do produto. Pra Salvador a gente sempre propõe feiras, você vê que tem a FBA, que é da minha gerência, que é uma feira quinzenal de setembro a março e mesmo a gente tendo um programa que em cada feira dessa a gente traga cinco, seis associações do interior, mas pro interior ainda é a maior dificuldade de escoamento. As vezes o interior dele não valoriza, aquele trabalho que já está acostumado, que todo mundo nasce e se cria ali, as vezes não valoriza um pote, uma moringa... Então pra ele ser escoado nos temos que buscar, nos temos que comprar, nós temos que botar nas nossas lojas. Pra mim é a maior dificuldade mesmo.

A criação da Secretaria de Economia Criativa representou alguma novidade ou interação com o MAUÁ?

É porque a SETRE ela já tem esse projeto é a CESOL que trabalha exatamente com economia criativa. No Mauá a gente já tem uma relação mais antiga com o artesanato, aí tem essa classificação, esse cuidado de ser um artesanato mais elaborado. A manualidade, por exemplo, não está aqui com a gente, está com o pessoal da Economia Criativa.

Nós tivemos o contato com o Ministério da Cultura quando eles fizeram o *FanFest*, com o [projeto] Vitrines Culturais. Mas assim, o edital ficou difícil pro artesanato entrar. Dificultou pra eles [artesãos] conseguirem, aqui na Bahia foram pouquíssimos os participaram, os que foram selecionados. Mas e assim, o local, a Prefeitura ficou indecisa, não deu esse apoio que eles precisavam, tinha que ser no *FanFest*. Porque o *FanFest* foi um sucesso, lá no Farol, de pessoas, de jovens, essa vitrine era pra ficar

dentro do *FanFest*. E não ficou. Foi colocada na Biblioteca Central. Quem ia? Em plena festa? Quase um carnaval?

Vocês tem alguma inquietação com o Mercado Modelo? Como é essa relação?

Claro! O Mercado Modelo há uns 3 anos atrás, saiu uma pesquisa que acho que quase 90% dos artesanatos de lá não eram da Bahia, até aquela canga era feita na china ou sei lá onde. É uma tristeza muito grande você ter um artesanato puramente baiano que é aqui o do Mauá e o Mercado Modelo consegue ter ainda essa coisa [fama] tão forte em relação ao artesanato. Muita coisa lá não é baiana.

E vocês então não possuem nenhum vínculo?

Não. Pode ser até que um artesão nosso venda pra eles, mas nós mesmos não temos nenhum vínculo, nem nunca houve. Lá são comerciantes e só, não se preocupam com questão cultural, ele quer lucrar.

Entrevistada: **Alaíde dos Santos Bomfim Filha**, Subgerente de Fomento ao Artesanato
– Instituto Mauá

Breve apresentação:

Meu nome é Alaíde, trabalho aqui há 7 anos, vou fazer 8 anos em março. Eu entrei aqui como auxiliar administrativo, tem um ano e meio que estou aqui como subgerente. Minha formação é de assistente social e tenho também um técnico em administração.

Qual a finalidade da GEFAR – Gerência de Fomento ao Artesanato?

A finalidade da GEFAR enquanto atuação ela qualifica, faz toda cadeia produtiva e depois da cadeia produtiva toda pronta, nós tentamos escoar a produção. E quanto a isso nós damos todas as capacitações necessárias até que a comunidade ou a associação – ou seja, artesãos cadastrados no Sistema do PAB, que é o que valida a carteira em todo território nacional e nós somos os representantes oficiais aqui na Bahia.

Os principais avanços nos últimos, aqui no setor, é justamente tentar atingir o maior número possível de municípios e artesãos. É qualificar, é ir nos municípios ver o potencial artesanal de cada um, tentando ajudar o município a melhorar a qualidade de vida com essa renda extra que é proporcionada pelo artesanato.

Existem capacitações além das voltadas para o aperfeiçoamento da técnica?

Sim. Dentro dessa cadeia de formação, de qualificação, nós temos [capacitação para] formação de preço, que é o que vai proporcionar a ele agregar o valor correto a cada peça que ele criou, que envolve tempo, matéria prima, tudo que é necessário pra ir para o mercado de trabalho e participar de feiras, etc.

Em relação a estas feiras, existe pagamento de alguma taxa de participação?

Os artesãos de Salvador pagam. Aqui da gerência os [artesãos] que nós trazemos é custeado o transporte dele pra feira, da feria pro hotel e mais a estadia dele com alimentação. Isso para os que são qualificados aqui pela minha gerência, pela GEFAR. Então a cada 15 dias eu trago um interior que foi capacitado.

Vocês possuem parcerias?

Os parceiros são assim: quando acontecem algumas feiras, as vezes em eventos fora ou aqui. Um parceiro que nós temos aqui é o Sebrae.

Tem também as parcerias com as prefeituras dos locais onde a gente faz as capacitações. Geralmente é feito um termo aditivo e é criada essa parceria, quando a gente pede o apoio justamente para o trabalho não ficar no meio do caminho.

Quando a associação tem uma estrutura boa, nos fazemos parceria, oferecendo maquinário, armário, mesa, cadeira, toda uma estrutura para esses capacitados.

Atualmente existe alguma parceria ou projeto junto a Secretaria de Cultura?

Não.

Percebo que as ações elas são voltadas às associações é difícil atingir o artesão individual?

Nós não trabalhamos com artesãos individuais. Só trabalhamos com grupos ou associações formalizadas.

Quais as maiores dificuldades encontradas no gerenciamento setor do artesanato?

Com relação ao artesanato, acho que a coisa mais difícil hoje é o escoamento. São muitos os municípios e nem todo mundo valoriza o artesanato, né? Então a maior dificuldade do artesanato é escoar e trazer uma renda boa por artesão.

Em sua opinião, qual o papel do Estado quando nos referimos ao artesanato?

Acho que é uma coisa que vem crescendo muito, pelo fato de estarmos batalhando muito pra escoar a produção, é o conhecimento. Acho que tem crescido muito, nos temos a SETRE que tudo que envolve, todo evento o artesanato está presente.

Na sua opinião qual o lugar do artesanato na cultura e na contemporaneidade?

Quando a gente fala do artesanato, uma das coisas que a gente tenta retratar principalmente nas comunidades, é a busca pela herança deixada, o que você aprendeu com seus antepassados né? Então é cultura, é o que vai retratar a localidade onde você vive, isso remete a uma cultura que vai lhe ensinar de onde você veio e até onde você pode chegar.

No contexto da economia, como você enxerga o mercado para o artesanato?

Enquanto economia eu acho muito importante. Geralmente tem muitas pessoas que vivem só de artesanato, mas tem muitas outras que agregam este valor do artesanato,

tem outras atividades remuneradas, mas o que realmente vai trazer uma qualidade de vida pra elas é o artesanato. O suporte que o artesanato dá pra qualidade de vida, a melhoria da qualidade de vida família. Principalmente porque quem faz artesanato, que tem essa busca cultural, como te falei, da busca do passador, de passar de pai pra filho isso ajuda na harmonia familiar. Então com certeza melhora a qualidade de vida!

O que você entende sobre o assunto “economia criativa”?

Assim, quando se fala de economia criativa, assim, é porque é uma coisa muito particular isso. Economia criativa com relação ao artesanato eu acho que é uma busca que ainda está um pouquinho defasada, ao meu ver. Porque quando você busca algo que é uma coisa rápida, palpável, rápido você vai ter um retorno, aí tudo bem. Em particular, pra mim economia criativa tinha que ser uma busca que lhe dê um retorno rápido. E não acredito que isso acontece, nem aqui, nem em lugar nenhum. Eu como assistente social por formação, então... vejo o artesanato de outro lado.

Entrevistada: **Irene Amorim Gomes**, Assessora técnica – Instituto Mauá

Breve apresentação:

Meu nome é Irene Amorim Gomes, sou assessora técnica, trabalho aqui há 12 anos, sou formada em economia, ocupo cargo de confiança.

Em relação aos orçamentos anuais do Mauá, qual o balanço dos últimos anos?

Nessa nova gestão, de 2007 até agora, o orçamento acho que quase dobrou, ultimamente tem tido um crescimento enorme. O nosso orçamento era muito reduzido e com a nova gestão aumento bastante. Tem anos que a gente tem uma restrição ou outra, dobrou esses recursos e aí a gente hoje tem muito mais atividades, capacitações, aquisições de artesanato. Tudo realmente aumentou, esse ano foi em torno de 13 milhões.

Onde são aplicados os recursos?

Tem uma parte de custeio, que quase sempre é a mesma coisa. O que aumenta mais são as atividades finalísticas que são pra cumprir os objetivos do Mauá. As atividades finalísticas são da GEPAR, GEFAR e o NART. Esse ano a maior parte foi para as capacitações, o número foi grande, junto amente com a aquisição de equipamentos.

O NART que fica lá no Pelourinho (...) nesses últimos anos foi feita uma reforma grande nesse núcleo, na biblioteca tentamos modernizar, adquirimos livros, com stands e equipamentos adequados para funcionamento e melhor distribuição das peças. Então é um crescimento constante, apesar do orçamento não ser o que a gente gostaria, o suficiente, porque o estado está em contenção de despesas, mas mesmo com ele, estamos tentando otimizar e gerindo da melhor forma que chegue as áreas e elas consigam exercer as funções. O financeiro é isso, cuida da parte de custeio e manutenção de todo o prédio aqui e do Pelourinho e atende às demandas das áreas.

Entrevistada: **Maria Lucia S. Mota**, Artesã

Breve apresentação:

Meu nome é Maria Lucia, Lucinha o apelido. Cadastrada no Mauá na categoria crochet há mais de 10 anos e exerce a atividade profissionalmente.

Quais você considera as maiores dificuldades no setor do artesanato?

Espaço! Espaço pra venda. A gente fazia a feira lá no Jardim dos Namorados. Só lá! Ai a clientela fica viciada, Agora tem um mês que passou pra cá [a FBA em 2014 está acontecendo na Barra]

Vocês tem algum tipo de parceria ou apoio?

Não.

Como o Mauá interage com o trabalho de vocês?

O MAUÁ ele dá uma visibilidade pro trabalho da gente, a realidade é essa. E hoje eles estão proporcionando mais espaços, agora mesmo, fazendo parcerias. Agora mesmo tem uma parceria com Margareth Menezes no espaço dela, que a gente vai ter uma oportunidade sem custo de expor lá.

Quais críticas, sugestões ou elogios você faria ao Mauá?

No momento, a quantidade de barracas que eles oferecem é muito pequena pra quantidade de artesãos cadastrados e efetivamente atuantes. Então o quê que acontece, mesmo são 40 barracas só. Se eu quiser pra um cliente me encontrar em outra oportunidade aqui na barra, ele já não vai me encontrar mais, porque estamos fazendo rodízio e isso acaba perdendo oportunidades.

Você conhece ou já falou em economia criativa?

Não... só ouvi falar de economia solidária.

Entrevistado: **Lucas Chagas Pessôa**, Artesão.

Quais as maiores dificuldades em se trabalhar com o artesanato?

São várias. Tenho dificuldade com divulgação. Divulgação das peças, do produto. E também a valorização do artesanato pelas pessoas que não olham como uma peça única e diferenciada. Precisam dar mais valor ao que é feito manualmente! Mas isso é no geral, com o artesanato mesmo o mais difícil é a etapa da venda. Vender diretamente ao público é sempre melhor, mas nem sempre encontro espaços disponíveis, tenho tentado vender pela internet, mas ainda estou aprendendo a lidar melhor com isso. Mas sei que é necessário né? Porque quando vendemos pra lojas a gente acaba que não rende nada!

É muito difícil negociar com os lojistas, tive algumas experiências no Pelourinho e me senti lesado em todas. Vi minhas peças serem barganhadas na hora da compra e vendidas depois por valores altíssimos. É frustrante, porque você começa a ficar com uma auto-estima baixa, se questionando do seu material, mas aí, depois que a gente vê o preço lá em cima, a gente percebe que o nosso produto é valorizado sim! Nós produtores, é que não temos essa valorização. Cheguei a ir algumas vezes na loja, como se fosse consumidor, a vontade era de pegar minhas peças de volta!

Na sua opinião, qual o papel do artesanato na cultura contemporânea?

Acho que o artesanato tem um papel muito importante na valorização da cultura local, da cultura tradicional, nos conhecimentos que são passados de geração em geração. Na valorização de peças que são únicas e feitas manualmente, principalmente no mundo que a gente vive que as coisas são muito tecnológicas e repetitivas. Acho que uma peça feita manualmente tem características únicas e reflete muito as pessoas, nesse sentido, eu acho muito importante.

Em sua opinião, qual o papel do Estado quando nos referimos ao artesanato?

Acho que o Estado deveria facilitar em todas as etapas, desde a capacitação, propondo cursos e oficinas, facilitando o acesso também aos bens materiais, linhas de crédito ou coisas assim. Também na divulgação, realizando eventos e feiras; E poderiam propor projetos pra estimular a produção.

Quais críticas, sugestões ou elogios você faria ao Mauá?

Assim... Eu acho que o Mauá deveria interagir mais, propondo melhorias para o artesanato. Promovendo também oficinas, cursos e palestras abertas... Acho que deveria

ajudar mais também na divulgação das peças, eles lançaram um catálogo uma vez, mas é muito pouco, penso que deveria ter uma divulgação mais comercial mesmo, em épocas de festas, esse períodos. Tentar divulgar mesmo voltado pro consumo!

No contexto da economia, como você enxerga o mercado para o artesanato?

Acho que o artesanato tem um papel ainda muito pequeno na economia. As pessoas ainda não dão valor de fato ao artesanato, apesar de ter melhorado um pouco nesses últimos tempos, ainda precisa de mais auxílios. E é complicado porque o mercado mesmo, que dá dinheiro, é muito fechado. É difícil se inserir!

Você conhece ou já ouviu falar de economia criativa? Qual a relação com o artesanato?

Já ouvi falar, porém não conheço muito. Mas o pouco que sei eu acho importante pelo incentivo à criação, à inovação em coisas, em produtos, em ideias. E a relação ao artesanato é o fato da criação, de ter que fazer coisas novas e fugir do mercado repetitivo, de produção em série.

Entrevistada: **Priscila Guerreiro de Souza**, Coordenadora de Recursos Humanos – Instituto Mauá

Breve apresentação:

Meu nome é Priscila Guerreiro de Souza, aqui sou Coordenadora de RH, mas eu sou psicóloga. Trabalho aqui há um ano e pouco, sou REDA.

Quantos funcionários possuem atualmente?

Temos 135, mais 14 estagiários e 16 terceirizados.

A maioria dos funcionários está aqui há muito tempo? Como está o quadro hoje?

Em termos de 32 são efetivos, trabalham aqui há mais de 35 anos, em torno disso, a maioria dos efetivos já vão se aposentar, já estão em regime de aposentadoria. Os outros são cargos comissionados, porém, alguns cargos vieram desta gestão de Wagner e outros são desde a gestão anterior que Wagner continuou. Esses cargos são de confiança do Governador. Tem os REDAs, que não podem passar mais de 4 anos aqui, nós temos vinte e poucos REDAS. Mas a maioria é cargo comissionado junto com REDA. Ainda assim efetivo está menos porque a gente não está podendo fazer concurso, está suspenso. O Mauá ainda não tem permissão para abrir concurso público. Os efetivos daqui vieram (...) da Lei de 94. Tem uma lei que pegou todo mundo que trabalhava aqui como CLT e transformou em efetivo, esse povo é dessa lei, não é de concurso público.

Qual a média de escolaridade e formação da equipe?

A maioria aqui possui ensino médio, poucos tem ensino superior. Os cargos a partir do DAI 4 tem que ser superior. Abaixo disso não. E a maioria aqui é DAI 5 ou DAI 6. Só tem 3 REDAS de nível superior: eu, Antônio que é daqui [do setor] e o Coordenador do sistema de informação. A grande maioria do Instituto Mauá é do ensino médio. Mas alguns são colocados aqui como médio, mesmo sendo superior. Por exemplo, Carla se formou em Direito agora, mas ela é REDA nível médio, sendo médio, mesmo ela se formando agora, ela não pode virar superior. Em relação a REDA arrisco dizer que uns 90% é médio. Cargos [comissionados] devem estar em torno de 70% a 60% nível médio. Já os efetivos, a grande maioria é médio, na verdade, eu acho que efetivo não tem [ninguém com nível] superior.

Com a redução prevista do quadro de funcionários, quais as perspectivas?

O Instituto Mauá tem que passar por uma reestruturação de cargos. Começou esse ano, mas foi suspensa por conta do contingenciamento – Entendeu? Não conseguimos realizar essa reestruturação [de cargos]. Por enquanto estamos pedindo cargos emprestados, cedidos pela SETRE, mas, é bem capaz do Mauá ser extinto, nessa brincadeira. Nós temos 135 agora, já tivemos 200, 200 e tanto. Está diminuindo, só faz diminuir, crescer não cresce não. Mas, talvez deixe de ser uma Autarquia, vire uma Secretaria ou se vincule a alguma que já existe. Não deixar de existir o MAUÁ. Mas diminuindo as pessoas pode virar uma secretaria, virar algo de alguém: ou da Secretaria de Cultura ou da Secretaria de Trabalho, por exemplo. Acho que deve acontecer isso, porque acho muito difícil abrir concurso público.

Entrevistada: **Cristina Isabel dos Anjos Souza**, Artesã.

Breve apresentação:

Meu nome é Cristina Isabel dos Anjos Souza, estou representando a Associação Flor de Itapicuru, da cidade de Cruz das Almas.

O artesanato é a sua principal fonte de renda?

Não, eu já sou aposentada. Tem pouco tempo que eu estou no artesanato, por motivos de saúde, né? Por enquanto estamos tentando que venha a ser uma fonte de renda.

A Associação Flor de Itapicuru já existia ou é resultante de uma parceria com o Mauá?

Na realidade era uma Associação que estava sendo formada, já estava prestes a se formalizar e aí houve problemas que não vem ao caso comentar, ela foi desfeita. Nós mudamos o nome, um outra pessoa assumiu a direção e nós fazemos parte, atualmente somos 13 ao total. Mas ainda estamos em processo de formalização.

Quais as maiores dificuldades do setor do artesanato?

Dificuldades são muitas. Nós mesmos não temos uma sede própria ainda. As vezes a gente até consegue as coisas. O Mauá, por exemplo, já nos cedeu máquinas de costura. E tem coisas que pra a gente ter, a gente precisa ter uma sede. Porque a gente não pode pegar e levar pra casa de “Maria”, de Joana, de Antônio”.

A maioria dos associados trabalham na própria residência?

A maioria das peças nós fazemos na própria residência. Mas o CRAS nos cedeu um espaço e aí conseguimos ficar com as máquinas, que na realidade ainda são da outra associação. É no CRAS também que nós nos encontramos e fazemos reuniões.

Vocês possuem parcerias?

Temos sim. Temos parceria com a prefeitura de Cruz das Almas, temos o CRAS que é um órgão da prefeitura, temos a UFRB, uma professora que nos dá um apoio com projetos e em alguns produtos. Temos a Bibi Calçados, que nos doam materiais, sobras como cadarços e outras coisas que utilizamos como matéria prima.

De que forma o Mauá interage com vocês?

Através de cursos... é uma parceria muito boa! Agora mesmo nós tivemos um curso. Está acompanhando no processo de formalização, orientando. Nos deram curso de bordado... etc vamos fazer outros cursos também. Agora parou um pouco porque disseram que estão em fase de arrumação, falta de verba e essas coisas. Suspenderam.

Tem uma semana mais ou menos que nós tivemos um curso de relações pessoais e associativismo.

Quais críticas, sugestões ou elogios você faria ao Mauá?

Hum... não sei. O Mauá também compra nossas peças... Acho suficiente. Pra dizer assim... o que falta no Mauá eu não sei, acho que está bom. Queria que eles dessem mais cursos pra gente. Mas sei que não depende só deles. Eu acho que já fazem muito, o complicado mesmo é a gente conseguir vender.