

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA

ANA LIDIA WOLOCHEN WALTER

**CIRCULAÇÃO DE ARTEFATOS ARTESANAIS: as interações entre
a Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná e o
Programa Trinacional Ñandeva em Foz do Iguaçu – PR.**

DISSERTAÇÃO

CURITIBA
2016

ANA LIDIA WOLOCHEN WALTER

**CIRCULAÇÃO DE ARTEFATOS ARTESANAIS: as interações entre
a Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná e o
Programa Trinacional Ñandeva em Foz do Iguaçu – PR.**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do grau de Mestre em Tecnologia,
do Programa de Pós- Graduação em Tecnologia,
Universidade Tecnológica Federal do Paraná.
Área de Concentração: Mediações e Culturas.
Orientador: Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa.
Co-orientadora: Profa. Dra. Mariuze Dunajski
Mendes.

CURITIBA
2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

W231c Walter, Ana Lidia Wolochen
2016 Circulação de artefatos artesanais : as interações entre
 a Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná e
 o Programa Trinacional Ñandeva em Foz do Iguaçu-PR / Ana
 Lidia Wolochen Walter.-- 2016.
 169 f.: il.; 30 cm

 Texto em português, com resumo em inglês.
 Dissertação (Mestrado) - Universidade Tecnológica
 Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Tecnologia,
 Curitiba, 2016.
 Bibliografia: f. 156-159.

 1. Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste
 do Paraná. 2. Ñandeva. 3. Cultura material. 4. Artesanato.
 5. Artesãos. 6. Integração social. 7. Relações humanas.
 8. Tecnologia - Dissertações. I. Corrêa, Ronaldo de
 Oliveira, orient. II. Mendes, Mariuze Dunajski, coorient. III.
 Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Programa de
 Pós-Graduação em Tecnologia. IV. Título.

CDD: Ed. 22 - 600

Biblioteca Central da UTFPR, Câmpus Curitiba

Aos meus anjos,
Noé de Souza Walter e Lídia Muchinski Wolochen.

AGRADECIMENTOS

Acredito que não realizamos conquistas sozinhos. Em toda minha trajetória sou surpreendida por pessoas queridas que se aproximam de diferentes maneiras para dar seu apoio. Nessa minha trajetória como pesquisadora não poderia ser diferente, trago aqui meu singelo agradecimento aos que fizeram parte desse momento.

Inicio agradecendo à CAPES pelo apoio financeiro que possibilitou a dedicação para a realização desta pesquisa no Programa de Pós Graduação em Tecnologia da UTFPR, no qual agradeço a oportunidade de ter feito parte. Agradeço também aos professores e professoras das disciplinas que cursei, por suas inúmeras contribuições.

Agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa por me auxiliar nessa formação como pesquisadora, por dividir comigo sua experiência, conhecimento e por me mostrar um novo olhar sobre as coisas do mundo.

De igual forma, agradeço a minha co-orientadora Profa. Dra. Mariuze Dunajski Mendes por sua disponibilidade, atenção em tentar sanar todas as minhas dúvidas e generosidade em dividir comigo suas experiências.

Sou especialmente grata às interlocutoras desta pesquisa Gorette Milioli, Nilse Mognol e Dircéia Braga. Agradeço a hospitalidade e a confiança com que me receberam em Foz do Iguaçu e a forma com que se dispuseram a auxiliar esta pesquisa. Da mesma forma, agradeço as instituições que elas representam o Programa Trinacional Ñandeva e a COART.

Não poderia deixar de agradecer ao grupo de orientados(as), Juarez Bergmann, Rodrigo Mateus, Valéria Tessari, Luciana Ceschin, Aline Vörös, Carla Batista, Raphael Rios, Anna Lúcia Vörös, Caroline Muller e Yasmin Fabris, por todas as críticas, as sugestões, os compartilhamentos de textos, de livros, de experiências e por me proporcionarem a aprender com suas pesquisas.

Agradeço também aos colegas de Mediações e Culturas, Fernanda Bornancin, Gustavo Kira, Mariana Tomaz, Paulo Henrique Batista, Rafael Kumoto e Thiago Castro por tornarem discussões, disciplinas e prazos mais divertidos. Da mesma forma, agradeço aos amigos e amigas da vida que torceram pela realização do mestrado.

Por fim, agradeço àqueles que estão sempre presentes. À minha mãe Maria Bernadete Wolochen, meu exemplo, por toda sua dedicação, apoio e incentivo incansáveis. Ao Davide De Rosa Palmini pelas palavras de carinho e de estímulo diárias. Aos meus anjos da guarda Noé de Souza Walter e Lídia Muchinski Wolochen.

RESUMO

WALTER, Ana Lidia Wolochen. **CIRCULAÇÃO DE ARTEFATOS ARTESANAIS: as interações entre a Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná e o Programa Trinacional Ñandeva em Foz do Iguaçu – PR.** 2016. 171 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Programa de Pós-Graduação em Tecnologia – Linha de Mediações e Culturas, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2016.

O presente estudo realiza uma cartografia com a intenção de entender como se dão as relações entre o Programa Trinacional Ñandeva, um programa pertencente ao Parque Tecnológico de Itaipu, executado na região da Tríplice fronteira entre Brasil, Paraguai e Argentina e a COART - Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná. A COART busca reunir artesãos da região defendendo seus interesses e o Ñandeva objetiva o fortalecimento do setor artesanal e da identidade regional, trinacional, a partir da intervenção de designers em oficinas de capacitação e criação de iconografias destinadas a artesãos da região. Pretende-se, do ponto de vista da cultura material, perceber e apontar reflexões sobre as relações sociais, conflitos e disputas de poder que estão envolvidas no processo de produção e circulação artesanal. Para isso, a pesquisa apoia-se na circulação dos artefatos artesanais e nas narrativas dos sujeitos envolvidos, no contexto específico da cidade de Foz do Iguaçu, no período de 2012 a 2015. Para tanto, propõe-se conhecer as propostas e o funcionamento desses espaços, assim como mapear os movimentos realizados pelos artefatos a partir de narrativas das interlocutoras Dircéia Braga, Gorette Milioli e Nilse Mognol, responsáveis pelo Programa Ñandeva e Cooperativa COART. Trata-se de uma pesquisa exploratória, na qual as estratégias de desenvolvimento relacionam revisão bibliográfica, pesquisa exploratória e análise dos resultados, para buscar compreender e descrever os possíveis atravessamentos existentes entre Programa e Cooperativa. Acredita-se que este estudo possa contribuir para os estudos de cultura material demonstrando que na circulação dos artefatos artesanais estão presentes práticas, estratégias e disputas nem sempre explicitados.

Palavras chave: Cultura Material; Circulação; Artesanato; Ñandeva; COART.

ABSTRACT

WALTER, Ana Lidia Wolochen. **HANDCRAFT CIRCULATION ARTIFACTS: the interactions between the Handcraft Cooperative of West and Southwestern of Paraná and the Programa Trinacional Ñandeva in Foz do Iguaçu – PR.** 2016. 171 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Programa de Pós-Graduação em Tecnologia – Linha de Mediações e Culturas, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2016.

This study conducts a cartography with the intent to understand the relationships inside the Programa Trinacional Ñandeva, a program belonging to the Itaipu Technological Park, performed in the region of the Triple border between Brazil, Paraguay and Argentina and belonging to' COART - Handcraft Cooperative of West and Southwestern of Paraná. The COART seeks to bring together artisans of the region defending their interests and the Ñandeva wants to improve the handcraft sector and regional, tri-national identity, starting with the intervention of designers in training workshops and creating iconography aimed at craftsmen in the region. It is intended, from the point of view of material culture, realize and point attentions on social relations, conflicts and power struggles that are involved in the production and circulation handmade process. For this, the research relies on the movement of artisanal artifacts and narratives of the subjects involved in the specific context of the city of Foz do Iguaçu, in the period 2012 to 2015. Therefore, it is proposed to understand the proposals and the working of these spaces, and how to follow the movements made by artifacts from narratives of interlocutors Dircéia Braga, Gorette Milioli and Nilse Mognol responsible for Program Ñandeva and COART Cooperative. this is an exploratory research, in which development strategies are related to literature review, exploratory research and analysis of results, seeking to understand and describe the possible existing crossings between Program and Cooperative. It is believed that this study may contribute to the material culture studies demonstrating that the movement of artisanal artifacts are present practices, strategies and disputes not always explicit.

Keywords: Material Culture; Circulation; Handcraft; Ñandeva; COART.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Itaipu Shop.....	22
Figura 2: Sede do Programa Trinacional Ñandeva.	24
Figura 3: <i>Showroom</i> Ñandeva.	25
Figura 4: Sala de oficinas.	25
Figura 5: Sede da COART.	27
Figura 6: Artefatos 1 e 2.....	33
Figura 7: Artefato 3.....	34
Figura 8: Artefato 4.....	34
Figura 9: Mapa de localização.....	40
Figura 10: Processo Iconografia.	63
Figura 11: Ícone 404.	65
Figura 12: Linha do tempo.	74
Figura 13: Centro de Visitantes Parque Nacional do Iguaçu.	77
Figura 14: Loja Principal do Parque Nacional do Iguaçu.	77
Figura 15: Comercialização próxima ao Parque das Aves.....	79
Figura 16: Centro de Artesanato.....	80
Figura 17: Loja de Artesanato.	81
Figura 18: Vitrine de loja de artesanato.	81
Figura 19: Mapa Pontos de venda de artesanato.	85
Figura 20: Loja COART Matriz.	88
Figura 21: Loja COART Matriz.	89
Figura 22: Espaço Ñandeva Loja COART Matriz.....	90
Figura 23: Espaço de móveis Loja COART Matriz.....	90
Figura 24: Espaço de bijuterias Loja COART Matriz.	91
Figura 25: Loja Ñandeva.....	92
Figura 26 : Espaço Loja Ñandeva.....	93
Figura 27: Exposição de produtos Loja Ñandeva.....	93
Figura 28: Circulação de pessoas Loja Ñandeva.	94
Figura 29: Cooperados COART perfil 1.	95
Figura 30: Cooperados COART perfil 2.	97
Figura 31: Cooperados COART perfil 3.	99
Figura 32: Cooperados COART coletivo indígena.....	101
Figura 33: Mapa de circulação de turistas 1.....	107
Figura 34: Mapa de circulação de turistas 2.....	109
Figura 35: Mapa de circulação de turistas 3.....	111
Figura 36: Mapa de circulação de turistas.....	113
Figura 37: Mapa de circulação artefato 1.....	118
Figura 38: Mapa de circulação artefato 2.....	120
Figura 39: Árvore da vida.	123
Figura 40: Mapa de circulação artefato 3.....	125
Figura 41: Mapa de circulação artefato 4.....	127
Figura 42: Mapa de circulação dos artefatos.....	129

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Roteiro pesquisa exploratória.....	20
Tabela 2: Sujeitos do Universo de Pesquisa.....	29
Tabela 3: Categorias	52
Tabela 4: Artefatos 01 e 02	142

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	O CAMINHO METODOLÓGICO DA PESQUISA.....	18
2.1	DEFINIÇÃO DO MÉTODO.....	18
2.2	FASES DA PESQUISA.....	19
2.3	PESQUISA EXPLORATÓRIA	21
2.4	AS INTERLOCUTORAS	29
2.5	OS ARTEFATOS	32
2.6	PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	35
2.7	ESTRATÉGIA DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS.....	36
3	OS ESPAÇOS E AS INSTITUIÇÕES.....	39
3.1	FOZ DO IGUAÇU E A REGIÃO OESTE DO PARANÁ.....	40
3.2	A ITAIPU BINACIONAL	44
3.3	O PROGRAMA TRINACIONAL ÑANDEVA	48
3.4	A COART- COOPERATIVA DE ARTESANATO DO OESTE E SUDOESTE DO PARANÁ.....	69
4	CARTOGRAFIAS DE ARTEFATOS E SUJEITOS	76
4.1	CARTOGRAFANDO AS LOJAS ÑANDEVA E COART MATRIZ	86
4.2	CARTOGRAFANDO OS SUJEITOS E AS ESTRATÉGIAS NA COMERCIALIZAÇÃO ARTESANAL.....	94
4.3	CARTOGRAFANDO POR ESPAÇOS TURÍSTICOS.	105
4.4	CARTOGRAFIAS DE ARTEFATOS ÑANDEVA E COART	116
5	MAPEANDO OS ATRAVESSAMENTOS.....	132
5.1	UMA PARCERIA	133
5.2	OS TENSIONAMENTOS NAS PRÁTICAS DA CIRCULAÇÃO.....	138
5.3	AS CONTRARIEDADES NOS DISCURSOS.....	148
6	CONSIDERAÇÕES.....	152
	REFERÊNCIAS	156
	APÊNDICES	160

INTRODUÇÃO



Fonte: A autora, out. 2014.

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem o propósito de discutir questões ligadas à circulação do artefato artesanal, aqui, em especial, relacionando um Programa de desenvolvimento do artesanato, o Ñandeva e uma Cooperativa de artesanato, a COART, ambos em Foz do Iguaçu, Paraná.

Alguns fatores influenciaram a construção deste tema de pesquisa. Sou designer de produto e, ainda como estudante de graduação, interessei-me pela relação design e artesanato no desenvolvimento de produtos. Participei de projetos envolvendo esses dois temas e a partir dessas vivências surgiram alguns questionamentos. No mestrado, iniciei trazendo todas as referências conceituais das ações em que estive envolvida e, assim, fez-se necessário desconstruir conceitos e construir novos. Meu contato com o Programa Trinacional Ñandeva deu-se ainda em 2009 quando participei de uma palestra com a coordenadora, na época, Ana Cristina Nóbrega, que apresentou as atividades realizadas pelo Programa, as quais me despertaram interesse. Contatei novamente o Programa para a realização desta pesquisa em 2014, mas não possuía alguma aproximação com a coordenação atual ou com os(as) artesãos(as) participantes.

Foi no decorrer da pesquisa que me aproximei dos espaços, sujeitos e instituições estudadas. Deslocar-me de Curitiba até Foz do Iguaçu, dessa vez como pesquisadora, fez com que eu notasse outras faces da cidade. Usando a ideia de diferentes escalas de observação nas ciências sociais, García Canclini exemplifica que: “O antropólogo chega à cidade a pé, o sociólogo de carro e pela pista principal, o comunicólogo de avião. Cada um registra o que pode, constrói uma visão diferente e, portanto, parcial” (GARCÍA CANCLINI, 2013, p.21). O autor aponta ainda uma quarta perspectiva, a do historiador, partindo do centro antigo da cidade. Assim, tentei aqui trazer as diferentes perspectivas que pude visualizar e compreender da cidade e das relações sociais presentes nela.

Iniciei minha aproximação com o Programa Trinacional Ñandeva, um programa pertencente ao Parque Tecnológico de Itaipu, que tem por objetivo o fortalecimento do setor artesanal e da identidade regional Trinacional, que compreende a região de fronteira entre Brasil, Paraguai e Argentina, nas cidades em torno ao Rio Paraná. As ações do Programa Ñandeva acontecem nesses três países sob coordenações diferentes,

sendo nesta pesquisa abordado apenas o lado brasileiro. O nome Ñandeva¹, para o Programa, é uma referência ao idioma Guarani, no qual o sentido da palavra é “todos nós”. Iniciado em 2006, promove oficinas de capacitação para os(as) artesãos(ãs) da região que dominavam alguma técnica de produção artesanal. Essas oficinas e outras ações, como, a criação de uma iconografia regional foram, em sua maioria, orientadas por designers e resultaram no desenvolvimento de produtos artesanais que levam à certificação da marca Ñandeva. Dessa maneira, o Programa Trinacional Ñandeva ficou conhecido por seus produtos artesanais e também por incentivar o turismo, gerar emprego e renda aos(as) artesãos(ãs) da região.

Da mesma forma, aos poucos, conheci a COART - Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná, criada em 1978 com o objetivo de reunir os(as) artesãos(ãs) da região, defender os seus interesses e auxiliar na efetiva comercialização da produção artesanal. Durante as primeiras aproximações, pude perceber que a COART e o Ñandeva possuem uma relação iniciada pela participação dos(as) artesãos(as) cooperados(as) nas atividades de capacitação do Programa e, posteriormente, pela necessidade de comercialização dos produtos criados com a marca Ñandeva. Desde 2008, a COART possui um contrato com a Fundação Parque Tecnológico de Itaipu (FPTI) que é responsável pela comercialização. Assim, a Cooperativa gerencia duas lojas: uma em sua sede, chamada de COART Matriz e outra no Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu (CRV) - a loja Ñandeva ou comumente chamada de Loja do CRV. Foram esses os locais observados durante a pesquisa exploratória.

Os sujeitos deste estudo foram sendo a mim apresentados em diferentes circunstâncias durante os momentos em campo. São funcionários(as), designers e artesãos(ãs) que tiveram alguma relação com a COART e/ou com o Ñandeva e que, a partir de suas experiências, auxiliaram-me a compreender o universo da pesquisa. Foi estabelecida uma aproximação maior com a coordenadora do Programa Trinacional Ñandeva e com as responsáveis pela Cooperativa, que se demonstraram prontas a auxiliar na pesquisa e que vivenciam e gerenciam diariamente os principais acontecimentos dos espaços que representam. Elas tornaram-se as interlocutoras deste

¹ Vale lembrar que a definição de Ñandeva também pode referir-se ao subgrupo Guarani Ñandeva também conhecido como Guarani Xiripá, um dos três grupos de dialetos Guarani que se encontram no estado do Paraná. No Paraguai, o território atual dos Ñandeva compreende os rios Jejui Guasu, Corrientes e Acaray. Disponível em: < <http://pib.socioambiental.org/pt/povo/guarani-nandeva/1298> > Acessado em: 10 out. 2015.

estudo e, a partir de suas narrativas concedidas em entrevistas, é que este documento se constrói. Durante os momentos de campo, conseguiu-se estabelecer uma relação de confiança, por isso, aqui são utilizados apenas os fragmentos das entrevistas autorizadas por elas. Visto que as entrevistas passaram por um processo de seleção, alguns trechos foram vetados e/ou descartados.

Mesmo o Programa Ñandeva no Brasil e a COART envolvendo-se no desenvolvimento de seus trabalhos em mais de uma cidade, principalmente as da região Oeste do Paraná, esta pesquisa tem foco em Foz do Iguaçu², que foi percebida como o ponto de concentração e comercialização dos artefatos produzidos na própria cidade e nos municípios vizinhos, por ser o local onde estão as sedes das instituições e também por ser onde vivem as interlocutoras desta pesquisa.

A partir do que foi levantado em campo na fase de aproximação, o problema que norteou esta pesquisa foi: Como se dão as relações entre a COART- Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná e o Programa Trinacional Ñandeva, a partir da circulação dos artefatos artesanais nas lojas COART Matriz e Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu, em Foz do Iguaçu - Paraná entre 2012 e 2015?

Em relação ao recorte temporal, a pesquisa se concentra em estudar o período que compreende de 2012, ano de criação da loja no Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu e também ano de transição da coordenação do Programa Ñandeva, até 2015, momento em que o Programa Ñandeva muda sua metodologia de trabalho e prazo estipulado de encerramento desta pesquisa.

O principal objetivo foi entender as relações entre a COART e o Programa Trinacional Ñandeva, em Foz do Iguaçu, considerando as circulações de artefatos artesanais e as narrativas de sujeitos envolvidos no processo.

Partindo desse propósito, os objetivos específicos são: 1. Compreender as propostas e o funcionamento da COART - Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná e do Programa Trinacional Ñandeva. 2. Identificar os movimentos de artefatos artesanais entre as lojas COART Matriz e Centro de Recepção de Visitantes a partir de narrativas de sujeitos. 3. Descrever os atravessamentos entre a COART e o Programa Trinacional Ñandeva.

² Foz do Iguaçu é uma cidade do Oeste Paranaense, localizada na fronteira do Brasil com Argentina e Paraguai, com população estimada de 263.647 habitantes e considerada uma das principais cidades turísticas do país. Tratada no item 2.1.

Para tentar responder a questão proposta, faço notar que esta pesquisa parte da perspectiva dos estudos de Ciência, Tecnologia e Sociedade, entendendo que esses fazem parte de um processo de produção e apropriação contínua de conhecimentos, saberes e práticas de seres sociais. A ciência e a tecnologia são construções sociais complexas, forças intelectuais e materiais do processo de produção e reprodução social (QUELUZ e LIMA FILHO, 2005). Como processo social, a tecnologia tem o papel de participar e condicionar mediações sociais, não apenas artefatos ou técnicas, constituindo-se nas práticas, saberes e conhecimentos, sendo, portanto, relação social objetivada.

A tecnologia constitui-se como projeto complexo, no qual valores culturais, políticos e econômicos ajudam a estabelecer processos técnico-científicos que, por sua vez, afetam os valores de si mesmos e da sociedade que os sustenta (CUTCLIFFE, 2003).

Por esse ponto de vista, objetivou-se estudar a complexidade das construções sociais mediadas pela temática do artesanato, entendendo que esse é um produto das culturas populares. Dessa maneira, torna-se importante definir que as culturas populares se configuram por “um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte de seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e próprias de trabalho e de vida” (GARCÍA CANCLINI, 1989, p.62). Para o autor (1989, p.63), as particularidades das culturas populares estão em suas formas de representação, reprodução e reelaboração simbólica de suas relações sociais, sendo uma elaboração própria de suas condições de vida e uma interação conflituosa com os setores hegemônicos.

Sobre esse viés, procura-se estudar o artesanato, compreendendo esse como um processo e não como resultado. García Canclini (1989, p.90) demonstra que o artesanato, assim como as festas populares e outras manifestações populares, permanecem e crescem porque cumprem funções na reprodução social e na divisão do trabalho como parte da expansão do capitalismo. O autor (1989) destaca que, para explicar a persistência do artesanato, é necessário analisá-lo dentro do atual ciclo de reprodução do capital econômico e cultural, como parte da lógica capitalista. Por isso, a importância de compreender as modificações do artesanato nas estruturas de produção, circulação e consumo.

Aqui destaca-se a circulação do artefato artesanal sob o foco da cultura material, baseando-se em Miller (2013) que compreende a cultura material como uma investigação das relações entre as pessoas e as coisas, carregadas de memórias e experiências distintas de acordo com o espaço e o tempo. Inclui-se o design como parte da cultura material, visto que Denis (1998) se refere a esse como uma atividade humana que concretiza ideias abstratas e subjetivas relacionando, portanto, pessoas e artefatos. Nesta pesquisa, entende-se a circulação como parte dos circuitos propostos por García Canclini (2013) de produção, circulação e consumo, importantes para o entendimento do artesanato. Assim, demonstra-se que os artefatos como parte da cultura material medeiam relações, econômicas, culturais, históricas e ao circularem se hibridizam e marcam seus contextos vividos. Ainda sob essa perspectiva, Appadurai e Kopytoff (2008) apresentam, na trajetória da vida social das coisas, as possibilidades de compreender, a partir de artefatos, regimes de valores nos circuitos de circulação e consumo. Com este embasamento, é dado foco neste estudo aos artefatos e narrativas de sujeitos para tentar cartografar algumas das relações sociais complexas envolvidas no circuito de circulação de artefatos artesanais como estratégias de comercialização, distribuição e disputas de poder.

Tendo como base tais referências conceituais que permeiam este estudo, justifico tratar essa temática por acreditar que as pesquisas sobre cultura popular e artesanato, em sua maioria, ainda apresentam uma perspectiva folclorista de sua materialidade. Assim, busco, a partir de uma formação interdisciplinar, na perspectiva da cultura material, pensar os artefatos artesanais e como circulam, retratando assim, modos e práticas socioculturais e trazendo questões relativas às relações sociais, políticas e culturais.

Destaco, ainda, a importância de estudar o Programa Trinacional Ñandeva, primeiramente, por se configurar em três diferentes países da América Latina; em segundo, por se tratar de um programa pioneiro no Estado do Paraná no incentivo ao desenvolvimento do artesanato unindo as práticas do design e também por ser uma ação ligada a uma indústria de destaque no cenário nacional e internacional como a Itaipu Binacional. Estudar o Programa Trinacional Ñandeva não é uma exclusividade desta pesquisa; outras, em sua maioria ligadas aos estudos em design, já analisaram esse universo. No entanto, busquei aproximar as discussões com a COART - Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná, tendo, assim, uma visão mais ampla das atividades realizadas pelos artesãos(ãs). É igualmente importante trazer a Cooperativa para esta pesquisa, por se tratar da segunda cooperativa de artesanato mais antiga do

país e por estar diretamente ligada à comercialização artesanal da cidade de Foz do Iguaçu. Justificada a relevância desta pesquisa, apresento a estrutura que forma este documento.

No segundo capítulo, intitulado “O caminho metodológico da pesquisa”, demonstra-se as escolhas metodológicas realizadas para a construção do estudo; a aproximação que faço com o universo, descrevendo os momentos da pesquisa exploratória, assim como a escolha e a construção dos procedimentos metodológicos, juntamente com o grupo de pesquisadores (as) de cultura material do Programa de Pós Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná e do Programa de Pós Graduação em Tecnologia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Na terceira parte “Os espaços e as instituições”, apresento os locais por onde a pesquisa circula, a cidade de Foz do Iguaçu, a instituição Itaipu Binacional, o Programa Trinacional Ñandeva e a Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná, mostrando quais são os discursos dessas instituições e explicando seus principais objetivos. Alio às descrições do universo de pesquisa, reflexões sobre culturas populares, artesanato e identidade.

No quarto capítulo “Cartografias de artefatos e sujeitos” são apresentadas as cartografias que foram construídas como estratégias de análise a partir das observações em campo. Nelas demonstram-se as trajetórias dos artefatos na fase de circulação, evidenciando-se as estratégias e as tensões através das narrativas das interlocutoras, que são exibidas em trechos, durante o capítulo.

O quinto capítulo “Mapeando os atravessamentos” traz uma análise baseada no Quadro de Temas, que reúne as narrativas das interlocutoras divididas pelos assuntos tratados durante as entrevistas, apoiada nos mapas de circulação. Neste capítulo, apresento as similaridades entre as falas das interlocutoras, evidenciando para as tensões visualizadas durante a pesquisa e também para algumas contradições.

As “Considerações” demonstram alguns resultados obtidos, indicando pontos que não foram suficientemente explorados, bem como possibilidades de novas interpretações e desenvolvimento de estudos futuros. Concluo, considerando o potencial da pesquisa ao apontar diversas visões a partir da circulação de artefatos artesanais em Foz do Iguaçu.

CAPÍTULO 2

O CAMINHO METODOLÓGICO DA PESQUISA



Fonte: A autora, dez. 2015.

2 O CAMINHO METODOLÓGICO DA PESQUISA

2.1 DEFINIÇÃO DO MÉTODO

As definições do método de pesquisa foram baseadas nas considerações realizadas por Gil (2002), Lakatos e Marconi (2003), Prodanov e Freitas (2013) e Corbin e Strauss (2008). Parte-se da pergunta central da pesquisa *Como se dão as relações entre a COART- Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná e o Programa Trinacional Ñandeva, a partir da circulação dos artefatos artesanais nas lojas COART Matriz e Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu, em Foz do Iguaçu- Paraná entre 2012 e 2015?* para definir as abordagens, objetivos e procedimentos técnicos.

Este estudo tem sua abordagem qualitativa devido à natureza do problema de pesquisa. Para Corbin e Strauss (2008), existem três componentes principais necessários para a pesquisa qualitativa. Primeiramente, os dados, que derivam de várias fontes, tais como observações, entrevistas e documentos. O segundo componente tem relação com os procedimentos utilizados pelo pesquisador para organizar e interpretar os dados. E, em terceiro lugar, os relatórios escritos e verbais que surgem da pesquisa (Corbin e Strauss, 2008, p. 24).

Com relação aos objetivos, inicialmente trata-se de uma pesquisa exploratória. Com um planejamento flexível, em contato com o ambiente de estudo, buscou-se proporcionar maior familiaridade com o problema, a delimitação do tema e os objetivos. Posteriormente, a pesquisa torna-se descritiva, uma vez que se passa a descrever os fatos, nesse caso, a circulação dos artefatos artesanais juntamente com as narrativas das interlocutoras, após observar suas características, natureza, causas, relações, podendo ainda explicar e interpretar tais fatos estudados.

Em relação aos procedimentos técnicos, parte-se da pesquisa bibliográfica, na busca por pesquisas relacionadas ao tema, conceitos e referências de materiais existentes que possam contribuir e aprofundar os conhecimentos sobre o tema proposto. Essa coleta se deu através de livros, revistas, dissertações, teses, artigos científicos, documentos e participações em eventos científicos.

A pesquisa exploratória, como parte dos procedimentos técnicos, para Lakatos e Marconi (2003) tem o objetivo de familiarizar a pesquisadora ao ambiente, ao universo

da pesquisa, além de ajudar a formular questões e clarificar conceitos, utilizando procedimentos específicos para a coleta de dados.

2.2 FASES DA PESQUISA

Como estratégia para o desenvolvimento da pesquisa foi delineadas etapas, sendo elas: a pesquisa bibliográfica, exploratória e a análise dos resultados. Cabe lembrar que essas etapas não foram realizadas, necessariamente, em uma ordem cronológica, pois puderam ser retomadas durante todo o processo de desenvolvimento da pesquisa e, inclusive, serem desenvolvidas simultaneamente.

Na etapa da pesquisa bibliográfica, cujo objetivo foi aprofundar o conhecimento no tema de estudo, foi realizado um levantamento sobre pesquisas específicas e similares e buscas em bases de dados *online* tais como Periódicos CAPES, SciELO e Biblioteca de teses e dissertações da USP. Nesse processo, a intenção foi localizar dissertações, teses e artigos de pesquisas que trouxessem referências com base nas palavras-chaves: cultura material, artesanato e circulação. As leituras de pesquisas similares e relacionadas à temática auxiliaram na compreensão dos assuntos e facilitaram a visualização das possibilidades de desenvolvimento da pesquisa. Desses, destaco e utilizo como ponto de partida e base da formação teórica deste estudo, as pesquisas dos autores Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa e da Profa. Dra. Mariuze Dunajski Mendes, também orientadores desta pesquisa.

Ainda nessa etapa, buscou-se por bibliografias que tratassem do objeto de estudo o Programa Trinacional Ñandeva. Desses, foram acessados os artigos de Queiroz (2011), parte da sua pesquisa de doutorado intitulado “Design e Retórica” e o de Martinez (2012), pesquisa ligada à cadeia produtiva do artesanato, desenvolvido em sua especialização em design estratégico. Também foi acessada a dissertação de Carniatto (2008) que trata da gestão do design e artesanato através de uma pesquisa-ação com artesãs dentro do Programa Trinacional Ñandeva.

Alguns livros e artigos foram adotados como referência a partir de disciplinas cursadas no Programa de Pós Graduação em Tecnologia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, durante o ano de 2014, assim como, as apresentadas pelo grupo de estudo Design e Cultura também da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, atividades desenvolvidas no decorrer do mesmo ano, tanto de livros e artigos debatidos, quanto aos livros publicados pelo próprio grupo.

Outra etapa foi a pesquisa exploratória, na qual o objetivo principal foi obter informações sobre o universo da pesquisa, conhecer, ouvir, observar e localizar possíveis interlocutores(as). No decorrer dessa etapa, percebeu-se a necessidade de elaborar um roteiro para realização do processo exploratório da pesquisa, objetivando o melhor aproveitamento do tempo em campo. A seguir, na Tabela 1, apresenta-se o roteiro realizado para uma das visitas de campo, nesse caso em específico, à Coart – Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná.

Tabela 1: Roteiro pesquisa exploratória.

<i>Coart</i>	OBJETIVO	ESPECIFICIDADES	COMO
Imagens	Registrar Imagens	Sede COART Loja Ñandeva– Foz Artesanato	Realizar imagens após concessão, através de registros fotográficos realizados pela autora.
Locais	Conhecer os locais da Coart	Sede/ coordenação Locais de reuniões Lojas em Foz	Visitar os locais de responsabilidade da Coart em Foz do Iguaçu.
Interlocutores	Iniciar contato com possíveis interlocutores	Maria Cheung Nilse Mognol Dircéia Braga	Iniciar o contato a partir de conversa. Solicitar email e telefone para manter contato Pedir sugestão de novos sujeitos para a pesquisa.
Questionamentos	Entender a Cooperativa	História/ criação Como iniciam os artesãos Quem são os artesãos Como são os cursos Quantos artesãos Quantos cursos Quais cidades Funcionamento das lojas Onde estão as lojas Seleção dos produtos Responsável pelos produtos Como é a venda	Através de conversa com os sujeitos da pesquisa, procurar entender melhor o programa e a cooperativa.
Práticos	Realizar	Carta de apresentação Diário de Campo	Escrever o diário de campo durante todo o período ocorrido.

Fonte: A autora, 2014.

Além de um roteiro, alguns procedimentos foram adotados a fim de registrar as informações obtidas nessa etapa de pesquisa, tais como: diários de campo, protocolos de registro de imagem, fichas de interlocutores, demonstrados no item 2.6. Dessa maneira, a pesquisa exploratória foi realizada e será descrita posteriormente.

No Estudo Exploratório realizado, buscou-se aprofundar os conhecimentos sobre o universo da pesquisa e explorar as situações que se referem aos principais objetivos do estudo. Foram registradas narrativas de sujeitos, além de esboçar estratégias para acompanhar e mapear as circulações de artefatos.

Para isso, baseou-se na ideia de cartografar, explicitada por Martín-Barbero (2004), que a descreve como um processo que busca, além de representar fronteiras, mostrar entrelaçamentos, caminhos em fuga e labirintos. Em especial, utilizou-se sua definição de mapa noturno: “Um mapa para indagar a dominação, a produção e o trabalho, mas a partir do outro lado: o das brechas, o do prazer” (MARTÍN-BARBERO, p.18, 2004). Dessa maneira, utilizou-se os relatos das colaboradoras, coletados a partir de entrevistas semiestruturadas e os diários de campo, para mapear os movimentos dos artefatos, que ocorrem entre a produção e a comercialização, pela cidade de Foz de Iguaçu. Com relação ao recorte de artefatos a serem mapeados, destaca-se os citados pelas interlocutoras durante as conversas informais, os apontamentos nas entrevistas e os dados registrados nos diários de campo. A partir dos mapas e seus cruzamentos é possível compreender as relações e atravessamentos existentes entre a COART e o Programa Trinacional Ñandeva.

Com o recolhimento de informações nas etapas anteriores, iniciou-se a análise de resultados. De acordo com o problema, que busca as relações e atravessamentos entre COART e Programa Trinacional Ñandeva a partir da circulação dos artefatos artesanais, a análise é realizada a partir dos temas, organizados em um quadro, tendo como base as narrativas das interlocutoras, os diários de campo e os mapas de circulação de artefatos.

2.3 PESQUISA EXPLORATÓRIA

Nesse momento, apresento ao leitor(a) como foi construída a aproximação com o universo de pesquisa e tomo a liberdade de utilizar a primeira pessoa para descrever os acontecimentos durante a pesquisa exploratória, visto que essa se tratou de uma experiência pessoal, fundamental para a construção da pesquisa.

A pesquisa exploratória foi iniciada em Curitiba, através de contatos via e-mail e telefonema ao Programa Trinacional Ñandeva, direcionados à atual coordenadora do Programa. Da mesma forma, foi realizada uma conversa com a ex-funcionária do

Programa, Anna Lucia Vörös³, que apresentou informações sobre a estrutura do Programa, seu funcionamento e sobre a função que ali exercia, além de indicar nomes de possíveis interlocutores para a pesquisa.

O primeiro momento em campo foi realizado em junho de 2014. Utilizei o primeiro dia na cidade de Foz do Iguaçu para realizar a visita turística à Itaipu Binacional. Comprei os ingressos *on-line* necessários para a visita e decidi entre as opções de passeios, pela visita panorâmica.

Chegando ao local, notei que o Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu fica ao lado direito da “barreira”, entrada principal para a hidrelétrica. Fui encaminhada para a fila de retirada de ingressos, observei logo que, ao lado, encontrava-se a Itaipu Shop, como pode ser visto na Figura 1.



Figura 1: Itaipu Shop.
Fonte: A autora, jun. 2014.

Enquanto aguardava, entrei na Itaipu Shop, podendo lá observar e ter o primeiro contato com a Loja Ñandeva, onde se encontram os produtos realizados pelos

³ Anna Lucia de Araujo Vörös é formada em Design de Produto pela Universidade Federal do Paraná, atuou no Programa Trinacional Ñandeva como designer de julho de 2009 a julho de 2010 e nesse período realizou atividades de acompanhamento e desenvolvimento de produtos artesanais junto aos artesãos(ãs) participantes do Programa.

artesãos(ãs) do Programa. Percebi que havia duas vendedoras e que turistas entravam e saíam da loja, observando os produtos. Pude notar, também, que dessa loja existe uma passagem para outra, uma loja exclusiva da Itaipu, com objetos industrializados, *souvenirs*, tais como garrafinhas de plástico, camisetas, ímãs, sempre com o símbolo da Itaipu. A saída desse local conduz para o outro lado da área dos visitantes, onde se encontram os sanitários, caixas eletrônicos, mesas e cadeiras de acesso para os turistas. Durante esse trajeto fiz registros de imagens, observei produtos, vitrines e a circulação das pessoas nas lojas.

O que marca o início do passeio turístico pela Hidrelétrica é um vídeo institucional da Itaipu Binacional com duração de aproximadamente 30 minutos. O vídeo mostra a trajetória da instituição, seu desenvolvimento energético e os projetos que realiza. Já ao final da apresentação, ao mostrar o que é o Parque Tecnológico de Itaipu e os projetos que possui, é mencionado o Programa Trinacional Ñandeva, ali descrito como “um programa que agrega valor ao artesanato com orientação de designers famosos, gerando emprego e renda”. Após o vídeo, todos os turistas seguem para o passeio panorâmico por toda a extensão brasileira da Itaipu Binacional.

No outro dia, fui novamente até a Itaipu Binacional para a reunião com a coordenadora do Programa Ñandeva. O acesso à Itaipu é restrito, sendo que, para passar a barreira e portaria de entrada é necessário fazer o credenciamento de identificação com autorização prévia de um funcionário da empresa. O Parque Tecnológico de Itaipu é um complexo de edificações que serviram de alojamentos aos funcionários no período de construção da hidrelétrica, localizado a alguns quilômetros da barreira. Ao chegar à sede do Programa Ñandeva em uma dessas edificações, que pode ser observada na Figura 2, encontrei com Gorette Milioli, coordenadora do Programa, com a qual conversei por mais de quatro horas.



Figura 2: Sede do Programa Trinacional Nandeva.

Fonte: A autora, jun. 2014.

Ela iniciou mostrando as dependências do Programa, os espaços onde foram realizadas oficinas de cerâmica, fios e tecidos, madeira e outras. Apresentou também o escritório do designer, o *showroom* com peças que são resultados de oficinas, a sala de reuniões, a cozinha e o seu escritório. A seguir, é possível visualizar o *showroom*, na Figura 3 e a sala principal de oficinas, na Figura 4.



Figura 3: *Showroom* Ñandeva.
Fonte: A autora, jun. 2014.



Figura 4: Sala de oficinas.
Fonte: A autora, jun. 2014.

Durante a conversa, Gorette me explicou os principais objetivos do Programa, falou sobre as oficinas, quem são os artesãos(ãs), as associações e a Cooperativa que fazem parte do Ñandeva. Em boa parte do tempo, a coordenadora comentou sobre as

transformações que estavam ocorrendo naquele momento com o Programa, pois encontrava-se temporariamente desativado para a reelaboração da metodologia de trabalho.

A reunião foi importante como um primeiro contato, para conhecer o espaço, compreender as diferenças do Programa nos três países em que atua, mas foi insuficiente para conhecer a trajetória do Programa, visto que estava desativado e comentou-se, em boa parte do tempo, em planos futuros. Outro fator significativo foi o acesso que tive às publicações do Ñandeva, pois a coordenadora me forneceu todos os livros do Programa. Ao voltar a Curitiba, dei continuidade à pesquisa e novos contatos com outros interlocutores foram feitos, como o caso da presidente da Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná – COART, Nilse Mognol e da vice-presidente da Cooperativa, Dircéia Braga.

O retorno à Foz do Iguaçu ocorreu em outubro de 2014, com objetivo de participar de um Encontro de Economia Criativa e Economia Solidária realizado pelo Parque Tecnológico de Itaipu, o Ñandeva foi um dos responsáveis pelo evento que marcou o início das novas atividades do Programa. A participação nesse Encontro foi uma estratégia para conhecer e conversar com as pessoas envolvidas com o Programa Ñandeva.

Nessa oportunidade, pude conhecer Nilse Mognol, presidente da COART, com quem pude conversar durante todos os dias do Evento. A presidente, além de relatar o funcionamento da Cooperativa, apresentou-me várias artesãs de outras cidades que estavam presentes. Pude conhecer também os responsáveis pelo Programa Ñandeva na Argentina e no Paraguai. Na mesma oportunidade, Mognol me levou até a loja do Centro de Recepção de Visitantes, apresentou-me às funcionárias e explicou-me detalhadamente sobre as vitrines, os produtos, mostrando-os e relacionando-os ao artesão ou artesã que o confeccionava, além de visitarmos o depósito da loja. No depósito, Nilse explicou sobre a compra dos produtos, o pagamento aos artesãos(ãs) e sobre a seleção e o teste de prateleira⁴, realizado nos produtos para serem comercializados na loja.

Ainda durante a participação no evento do PTI, no segundo dia, conheci Dircéia Braga, vice-presidente da COART, que explicou-me sobre as dificuldades de

⁴ O teste de prateleira é uma estratégia para verificar se o produto tem boa comercialização na loja. Esse teste é feito pelas funcionárias da loja, juntamente com os artesãos(ãs) e é uma das estratégias orientadas pelo SEBRAE PR.

comercialização dos produtos. Comentou sobre os valores, as taxas e as lojas que são gerenciadas pela Cooperativa.

Durante esse período em campo, fui até a sede da Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná-COART, localizada na Rua Quintino Bocaiúva, 462, centro de Foz do Iguaçu (Figura 5). Na sede conversei com Silvia, funcionária da Cooperativa que mostrou-me o espaço e relatou-me um pouco do seu dia-a-dia na loja. Fui apresentada ao artesão Clodomiro, que mora em uma casa localizada dentro do espaço da Cooperativa e que possui sua oficina de cerâmica no subsolo da loja da COART. O senhor Clodomiro é um dos fundadores da COART e vive ali há mais de 15 anos.



Figura 5: Sede da COART.
Fonte: A autora, out. 2014.

Pude acompanhar, durante quase todo o dia, o funcionamento da loja da COART, que apresentou pouco movimento de entrada e saída de pessoas. Durante o período que estive ali, apenas uma artesã, chamada Dona Santinha, passou para pagar sua mensalidade de cooperada. Tive a oportunidade de conversar um pouco com ela e ver quais eram os seus produtos. Também acompanhei a Nilse, presidente da Cooperativa, na resolução de algumas questões burocráticas. Ela apresentou o seu escritório e forneceu alguns documentos, como a ata de fundação da COART.

Essa segunda ida à Foz do Iguaçu foi importante para conhecer melhor o universo da pesquisa, compreender o funcionamento da Cooperativa e sua função, juntamente com o Programa Trinacional Ñandeva, além de estabelecer um vínculo com as interlocutoras da pesquisa. Ao retornar a Curitiba, pude, então, definir quais seriam meus objetivos gerais e específicos, dando continuidade à pesquisa.

Ainda como parte da pesquisa exploratória, em fevereiro de 2015, retomei o contato com Anna Lucia Vörös em uma conversa de aproximadamente duas horas em um café na cidade de Curitiba. Anna é ex-funcionária do Ñandeva e ocupava o cargo de designer. Nesse diálogo, pude compreender um pouco mais sobre o surgimento da COART como responsável pela comercialização dos produtos do Programa. Com o auxílio de Anna, tive contato com Izamara Carniatto, também ex-funcionária do Ñandeva, designer, que continua atuando no Programa como consultora. O SEBRAE⁵ possui uma parceria com o Programa Ñandeva e atua desde sua criação como uma das entidades do grupo gestor do Programa, atuando na intermediação entre designer e artesãos(ãs), a partir de princípios institucionais relacionados ao artesanato, explicados melhor, posteriormente, no item 3.3.

Em março de 2015, encontrei com Anna Lucia Vörös e Izamara Carniatto simultaneamente. Essa foi uma das conversas que propiciou acesso às informações sobre as práticas das designers, enquanto funcionárias do Programa, pois Izamara participou efetivamente da criação do Ñandeva e continua tendo contato com o grupo. Assim, tive a possibilidade de ouvir as duas ex-funcionárias, que atuaram em períodos diferentes, uma complementando a fala da outra. Com essa conversa, pude compreender o surgimento do Programa e as fases pelas quais passou, entender um pouco das dificuldades das designers em seus respectivos períodos de atuação, além de perceber a opinião delas sobre o Programa, a partir de uma visão deslocada do objeto pesquisado, pois, agora, não possuem vínculo com o mesmo.

Outro momento da pesquisa exploratória ocorreu em abril de 2015, quando nos intervalos dos encontros marcados com as interlocutoras para a realização de entrevistas, circulei pela cidade, visitando os locais de comercialização de artefatos artesanais. Andar pela cidade e visitar os pontos de venda de artesanato em Foz do Iguaçu foi importante para acompanhar, visualizar e, assim, construir os mapas de

⁵ O SEBRAE é uma entidade privada que promove o desenvolvimento de empreendimentos de micro e pequeno porte. Desenvolve ações para fomentar o artesanato enquanto setor econômico e sustentável, valorizando a identidade cultural e buscando a geração de emprego e renda.

circulação dos artefatos artesanais que são apresentados no Capítulo 4. Para isso, foram observados os artefatos e os espaços onde são encontrados, levando-se em consideração a localização no espaço geográfico da cidade, suas rotas, os sujeitos que circulam e até mesmo os vazios dos espaços que comercializam os artefatos artesanais.

2.4 AS INTERLOCUTORAS

No decorrer da pesquisa exploratória, surgiram nomes de sujeitos, possíveis interlocutores, que auxiliaram no desenvolvimento do trabalho. Para estabelecer contato com os sujeitos citados foram realizados encontros, conversas e entrevistas informais com alguns dos envolvidos no Programa Trinacional Ñandeva e/ou com a Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná. Na Tabela 2 é possível verificar as pessoas que foram contatadas, juntamente com a função ou relação que possuem com os espaços estudados.

Tabela 2: Sujeitos do Universo de Pesquisa.

LOCAL	NOME	FUNÇÃO/ RELAÇÃO
Ñandeva/PTI	Gorette Milioli	Coordenadora do Programa Trinacional Ñandeva no Brasil.
COART	Nilse Mognol	Presidente da Coart e artesã
COART	Dircéia Braga	Vice-presidente da Coart e artesã
COART	Elisandra Lozove	Funcionária Coart – CRV
Associação de Santa Helena	Tânia Onishi	Artesã Coart e Presidente da Associação de Artesãos de Santa Helena
Ñandeva	Maria Blanca Ituralde	Coordenadora do Programa Ñandeva na Argentina
UFPR	Anna Lucia da Silva Araujo Vörös	Ex-funcionária do Ñandeva
SEBRAE	Izamara Carniatto	Ex-funcionária do Ñandeva e consultora do SEBRAE

Fonte: A autora, 2014.

Nessa fase, o contato com as pessoas foi rápido, normalmente em conversas informais, como as realizadas com as funcionárias da COART, Silvia, responsável pela

COART Matriz e Elizandra, responsável pela COART CRV, o contato também com alguns artesãos(ãs), como a presidente da associação de Santa Helena, também cooperada da COART e participante do Ñandeva. Da mesma forma, foi estabelecido contato com as responsáveis pelas instituições estudadas e, no caso do Programa Ñandeva, foi realizado também o contato com a coordenadora do Programa na Argentina, Maria Blanca. Das pessoas contatadas, três foram definidas para fazer parte da rede de interlocutoras principais da pesquisa: Gorette Milioli, Nilse Mognol e Dircéia Braga, as responsáveis pelas instituições pesquisadas no momento do desenvolvimento do estudo.

Avaliou-se por conta do cargo que ocupam e da experiência na área, que elas possuem melhor clareza nos assuntos que se referem às instituições estudadas e dariam um panorama geral das relações entre as instituições e dessas com os(as) artesãos(ãs). Nesse momento, apresento um breve perfil das interlocutoras mencionadas por acreditar que as trajetórias dessas pessoas as constituem e suas narrativas pessoais auxiliam na construção desta pesquisa.

Gorette Milioli, atual coordenadora do Programa Trinacional Ñandeva é natural de São Miguel do Iguaçu, de uma família de agricultores, mudou-se para Foz do Iguaçu quando se casou. É formada técnica em administração – gestão pública - pelo Instituto Federal do Paraná, também possuindo MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas. Iniciou seus trabalhos na Fundação Parque Tecnológico de Itaipu em 2008 e, ao final do mesmo ano, candidatou-se a uma vaga para trabalhar em um projeto da Fundação, o Ñandeva, mesmo sem saber exatamente a função do projeto. Em 2009, assumiu a vaga de auxiliar administrativo no Programa Trinacional Ñandeva; posteriormente, passou para o nível de assistente administrativo e, mais tarde, de técnica de ensino superior. Em 2012, com a saída de Ana Cristina Nóbrega da coordenação do Programa, foi convidada pelo superintendente da Fundação Parque Tecnológico de Itaipu (FPTI) a assumir a Coordenação do Programa Ñandeva. Em entrevista, Gorette comentou que sua relação com o Ñandeva é uma realização profissional, por trabalhar em uma área de seu interesse, direcionada às pessoas e por ter aprendido sobre a área do Programa. Ela acompanhou o desenvolvimento do Programa, organizando cursos e outras questões administrativas, mas sem participar das ações. Apenas quando tornou-se coordenadora conseguiu ter contato com os artesãos(ãs), antes conhecidos só por telefone. Ao assumir o Ñandeva solicitou uma equipe multidisciplinar da FPTI para

realizar uma avaliação e reestruturação do projeto, com a finalidade de implantar uma nova proposta de inclusão sócio produtiva no Programa Trinacional Ñandeva.

Nilse Mognol é a atual presidente da Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná. É gaúcha e veio com sua família ainda criança para o Paraná, tendo sido professora de séries iniciais. Após se casar, mudou para Foz do Iguaçu. Sua mudança foi em função do trabalho de seu marido na Itaipu Binacional. Nilse morou na Área 2, local residencial onde foram cedidas moradias a funcionários da Itaipu no Paraguai e, após um ano, voltou a Foz do Iguaçu, ao receber sua casa na Vila C, área residencial de funcionários da Itaipu no lado brasileiro. Nilse contou, em entrevista, que iniciou no artesanato através de cursos que frequentou, oferecidos pela Itaipu, na vila onde morava. Inicialmente, ela não via o artesanato como profissão, mas comenta que sempre conseguiu algum dinheiro com a venda de seus produtos. Deu aulas de artesanato em sua casa, como pintura em tecido e entende sua facilidade em dar cursos devido à didática que adquiriu ao trabalhar como professora. A artesã experimentou diversas técnicas e frequentou vários cursos, mas acabou focando seus trabalhos em pintura em porcelana. Também frequentou cursos em ações da Itaipu, como o Artesanato do Lago e cursos de capacitação do Programa Ñandeva, criando uma série de produtos com foco no turismo e com a marca Ñandeva. Nilse comercializa seus produtos na loja das Cataratas, no Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu, na COART e em alguns hotéis de Foz do Iguaçu. A interlocutora é associada da Cooperativa há pelo menos 25 anos e comenta que conhecia a COART como um local de venda de cerâmica para pintura, mas após um curso de pintura em tecidos conheceu a gerente da Cooperativa que, à época, a incentivou a associar-se e vender suas pinturas em porcelanas. Após dois anos como associada, entrou para o Conselho Fiscal da Cooperativa; em outra administração, tornou-se secretária e, posteriormente, candidatou-se à presidente. Portanto, Nilse, desde que entrou na COART, participa intensamente das decisões da Cooperativa, já estando na presidência por mais de uma gestão. A interlocutora conta que após ter suas filhas formadas, decidiu fazer uma faculdade de Processos Gerenciais pela UNINTER, o que a auxiliou na coordenação da Cooperativa. Durante o período desta pesquisa, em final de 2014, foi realizada a eleição para a gestão da Cooperativa e foi eleita, assumindo, mais uma vez, a presidência por um mandato de três anos.

Dircéia Braga é a atual vice-presidente da Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná. Nasceu em Uraí, norte do Paraná, onde morou até seus 12 anos.

Mudou-se com a família para uma fazenda próxima à Matelândia e, posteriormente, transferiu-se para Foz do Iguaçu. É formada em Letras – Português/Espanhol e trabalhou como professora até final de 2014, quando se aposentou. Em entrevista, conta que, em sua família, todas as mulheres sempre dominaram alguma técnica artesanal, como crochê, tricô, bordados, além de seu irmão que trabalha com artesanato em couro nas horas vagas. Como artesã, trabalha com cerâmica e conta que iniciou o aprendizado da técnica em 2001, como aluna de Maria Cheung, em cursos particulares oferecidos pela mesma. Maria Cheung esteve envolvida na organização e criação do Programa Ñandeva e convidou Dircéia para participar das ações do Programa. Participou do Ñandeva desde o início, frequentando os cursos de capacitação voltados à cerâmica e percebeu no Programa uma oportunidade de aprimoramento e de melhorar sua renda. A artesã desenvolveu produtos para a marca Ñandeva e, para comercializá-los, houve a necessidade de associar-se à Cooperativa. Em 2006, tornou-se uma associada da Cooperativa. Relatou que conhecia a COART e já havia feito cursos de desenho e pintura na Cooperativa, mas, só a partir do momento em que se tornou associada, interessou-se pelas questões burocráticas da instituição, estando, assim, sempre envolvida na administração. Em 2012, foi eleita vice-presidente de Nilse Mognol, sendo as mesmas reeleitas em 2015, por três anos de mandato.

Dessa maneira, é possível visualizar o perfil dessas interlocutoras e compreender o local de fala de cada uma delas. Assim, percebem-se em suas narrativas as diferentes posições que elas se colocam: de artesã, mãe, responsável por um grupo, com relação aos seus laços de amizade e as disputas de poder institucionais.

2.5 OS ARTEFATOS

Como esta pesquisa se propõe a estudar a circulação de artefatos artesanais, nesse item apresenta-se como se deu a seleção dos artefatos acompanhados no decorrer deste estudo. A partir de conversas informais, durante a fase de pesquisa exploratória, as colaboradoras e demais sujeitos da pesquisa destacaram alguns artefatos em meio as suas falas, relacionando-os a alguma explicação ou por algum outro motivo. Assim, durante o período de realização das entrevistas semiestruturadas, alguns artefatos citados recorrentemente, foram adquiridos nas lojas onde são comercializados. Ao retornar do período de campo, durante a organização dos dados e início do processo de transcrição das entrevistas, os artefatos trazidos foram selecionados. A seleção foi

baseada nas informações obtidas sobre os mesmos e a proximidade desses com as interlocutoras. Tal seleção tornou-se necessária, pois alguns dos artefatos citados e adquiridos apresentaram informações similares com relação a sua circulação ou elaboração. Dessa maneira, quatro artefatos foram escolhidos para serem acompanhados em suas trajetórias e essas foram mapeadas. Tais objetos destacam-se pois, quando observados individualmente, auxiliam a pontuar diferentes situações que ocorrem em cada circulação. E, ao serem tratados em conjunto, demonstram, de maneira geral, os diferentes aspectos e citações levantadas durante a pesquisa.

Aqui são apresentados os quatro artefatos: dois são confeccionados pela artesã Nilse Mognol (Figura 6), tratam-se de pratos em porcelana. O terceiro artefato (Figura 7) é um prato em cerâmica feito por Dircéia Braga, artesã e também interlocutora. O quarto artefato (Figura 8) é um trabalho de Sônia Regina Barbosa Helbel, uma artesã da Cooperativa e trata-se de uma cuia feita em bambu. O Protocolo de Documentos Iconográficos, procedimento pelo qual os artefatos foram organizados, com as demais informações, está disponível ao final do documento, no item “Apêndice”.



Figura 6: Artefatos 1 e 2.
Fonte: A autora, jun. 2015



Figura 7: Artefato 3
Fonte: A autora, jun. 2015



Figura 8: Artefato 4.
Fonte: A autora, jun. 2015

2.6 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Para melhor recolher e organizar os dados coletados durante a pesquisa exploratória, diversos procedimentos foram adotados e neste momento serão brevemente apresentados.

Um dos principais procedimentos de coleta de dados desta pesquisa foi o Diário de Campo. Com ele foi possível organizar, além das principais informações recolhidas, os registros de acontecimentos e as impressões da pesquisadora durante os momentos em campo. Os diários foram iniciados durante a pesquisa exploratória e, posteriormente, organizados em uma tabela, onde foram inseridos dados como: data da verificação em campo, data da realização do diário, autor, os locais, principais temas e, a inseridos posteriormente, a descrição e o relato do campo. O modelo para Diário de Campo encontra-se no item “Apêndice”.

Da mesma maneira, no decorrer da pesquisa, foi elaborado um perfil para cada uma das interlocutoras. Tal perfil tem o objetivo de sistematizar as informações sobre os sujeitos que fazem parte da pesquisa, a fim de apresentá-los. A ficha trata-se de uma adaptação da utilizada por Rodrigo Mateus Pereira (2014) que, ao decorrer da pesquisa, ganhou novas informações e, quando concluída, auxiliou no desenvolvimento da escrita do item 2.4. A estrutura da ficha encontra-se no item “Apêndice”.

Nesta pesquisa, as imagens são seguidamente utilizadas e têm a mesma importância que o texto, além de dialogarem entre si. Para sistematizar e organizar as imagens realizadas durante a pesquisa exploratória, foi utilizado o Protocolo de Registro de Imagens, baseado no modelo de Juarez Bergmann Filho (2014). Cada imagem foi protocolada separadamente. O modelo do Protocolo encontra-se no item “Apêndice”.

Dada a importância dos artefatos para esta pesquisa, esses são a principal ferramenta para formação de mapas da circulação, configurando-se, dessa maneira, como chave para interpretação e análise do problema proposto. Para as análises foi utilizado um protocolo de pesquisa para documentos iconográficos. Baseado em Corrêa (2008), o protocolo auxilia na organização e também na descrição dos artefatos selecionados para o estudo. Os artefatos, após serem selecionados a partir da pesquisa exploratória, foram fotografados, descritos e organizados em fichas, o modelo encontra-se no item “Apêndice”.

As entrevistas foram estratégias para acionar informações contidas nas memórias das interlocutoras. Nesse caso, foi utilizado o formato de entrevista semiestruturada, a

qual, segundo Gil (2002), é guiada por relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo de seu curso. Assim, a entrevista foi feita a partir de temas, com perguntas elaboradas previamente, mas se manteve livre durante a realização, tanto para as entrevistadas quanto para a entrevistadora. O modelo de roteiro de entrevista utilizado foi adaptado de Pereira (2014) e está disponível em “Apêndice”.

Para sistematizar e organizar as informações obtidas durante as entrevistas, um protocolo de entrevistas foi realizado a partir dos protocolos elaborados por Corrêa (2008) e Tessari (2014). Assim, as entrevistas foram transcritas, organizadas em turnos⁶, respeitando silêncios, gestos e expressões que surgem durante as falas. São identificadas da seguinte maneira: “E” representando a fala da entrevistadora e, para as entrevistadas, a primeira letra referente ao primeiro nome, “D” para Dircéia, “G” para Gorette e “N” para Nilse. O modelo de protocolo de transcrição utilizado nesta pesquisa está disponível no item “Apêndice”.

Com todos esses procedimentos⁷ sistematizados foi possível organizar as informações recolhidas em campo em seus diferentes níveis: imagens, percepções e narrativas. Assim, na análise, buscou-se utilizar desses procedimentos para melhor visualizar e interpretar os dados.

2.7 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Em análise, para Lakatos e Marconi (2003, p.167) “É a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores” a interpretação será o primeiro nível de elaboração da análise. Para Lakatos e Marconi (2003, p. 168) em geral, a interpretação significa a exposição do material apresentado, em relação aos objetivos propostos e ao tema. “Esclarece não só o significado do material, mas também faz ilações mais amplas dos dados discutidos” (LAKATOS E MARCONI, 2003, p. 168). Para isso, nesta pesquisa utiliza-se a estratégia de uso do Quadro de Temas, um recurso baseado no trabalho de Ceschin (2015), cujo modelo encontra-se no “Apêndice”. Nesse, são apresentados os temas que seguem os utilizados nas entrevistas

⁶ As entrevistas realizadas foram transcritas conforme protocolo. Apesar de utilizarem o sistema de localização dos turnos, no decorrer deste documento, os trechos utilizados não foram referenciados seguindo a identificação do protocolo, visto que as transcrições passaram por camadas de edições e apagamentos. Portanto, aqui são utilizados trechos selecionados pela pesquisadora e autorizados pelas interlocutoras.

⁷ Todas as informações sistematizadas a partir dos procedimentos de coleta de dados aqui apresentados, nos quais os modelos estão disponíveis nos Apêndices, encontram-se em posse da pesquisadora. Para acessá-los é necessário contatá-la.

semiestruturadas. A intenção é completá-lo de acordo com as transcrições das narrativas registradas de cada uma das interlocutoras. Dessa maneira, é possível visualizar todas as temáticas tratadas, o que foi tratado por todas, por nenhuma, ou só por alguma; são verificadas as similaridades de respostas e também as diferenças. Os mapas de circulação, desenvolvidos como estratégia de análise, são utilizados paralelamente ao Quadro para a construção da verificação, observando as similaridades e as diferenças para cada assunto.

A análise pretende reunir as interpretações e os dados coletados em campo, registrados nas imagens, diários de campo, mapas, artefatos e narrativas dos sujeitos através de entrevistas, juntamente com o embasamento teórico reunido e estudado durante o processo da pesquisa para, então, entender as relações entre COART e Ñandeva, objetivo principal desta pesquisa. Para isso, a análise conta com o conjunto de informações que são apresentadas no decorrer do texto e que foram organizadas a partir dos objetivos propostos. Compreender as propostas e o funcionamento das instituições apresentados no Capítulo 3, identificar os movimentos dos artefatos através dos mapas demonstrados no Capítulo 4, para então, ao analisar tais informações, verificar e descrever os embates e as disputas possíveis entre a COART e o Programa Trinacional Ñandeva, no Capítulo 5.

CAPÍTULO 3

OS ESPAÇOS E AS INSTITUIÇÕES



Fonte: A autora, dez. 2015.

3 OS ESPAÇOS E AS INSTITUIÇÕES

Com a intenção de estudar a circulação artesanal e, assim, compreender as interações existentes, neste capítulo, aproximo os(as) leitores(as) dos espaços e das instituições que envolvem esta pesquisa.

Neste estudo, parte-se do conceito de cultura material, a fim de examinar os artefatos, entendendo, a partir de Miller (2013, p. 83), que os objetos constituem as pessoas. O termo *cultura material* tem origem na etnologia; contemporaneamente, seu conceito tem uma dimensão mais ampla. Estudar a cultura material em nossa sociedade é uma maneira de entender melhor os artefatos que produzimos e consumimos em seus fluxos e mediações.

Denis (1998, p.21) elucida que, na origem, o termo *cultura material* referia-se a artefatos produzidos por grupos excluídos da civilização ocidental. Para o autor, o termo nunca ou raramente era aplicado aos objetos produzidos pela cultura europeia e estava relacionado apenas a objetos que despertavam a curiosidade ou faziam parte de estudos antropológicos. Denis (1998, p. 22) explica que, recentemente, o conceito de cultura material começou a ser utilizado para entender melhor o papel dos artefatos em um mundo em que o consumo de mercadorias e o consumismo constituem-se em fenômenos de maior importância social e cultural.

Nesse sentido, Miller (2013) entende que a cultura material trata daquilo que é quase invisível, que nos constitui. Para o autor é “parte do que nos torna o que somos [e] existe não por meio da nossa consciência ou do nosso corpo, mas como um ambiente exterior que nos habitua e incita” (MILLER, 2013, p.79). Abordando assim, a principal ideia dessa teoria é de que os objetos fazem as pessoas. Miller evidencia que a cultura material está nessa relação entre trechos (artefatos) e pessoas e que quanto mais deixamos de notá-la, mais poderosa e determinante ela se mostra. “Isso proporciona uma teoria da cultura material que dá aos trechos muito mais significado do que se podia esperar” (MILLER, 2013, p.83).

A perspectiva da cultura material perpassa toda esta pesquisa. Ao entender que os artefatos constituem as pessoas, ao considerar o design como parte da cultura material por planejar e desenvolver os objetos, assim como, ao acompanhar a trajetória na vida social das coisas, busca-se, então, perceber as relações sociais entre artefatos e sujeitos, compreendendo os artefatos como mediadores de práticas de consumo e, assim, notar seus percursos e trajetórias na sociedade.

Para isso, é importante deixar claro que aqui se examina um grupo de coisas específicas que circulam em ambientes culturais e históricos específicos. Por isso, a necessidade de contextualizar os espaços onde se encontram os artefatos, os sujeitos e as instituições que fazem parte deste estudo, juntamente com seus discursos, sua formação e seus objetivos. Inicia-se, portanto, essa apresentação pelo espaço geográfico: a Região Oeste do Paraná e a cidade de Foz do Iguaçu.

3.1 FOZ DO IGUAÇU E A REGIÃO OESTE DO PARANÁ.

Foz do Iguaçu é o plano de fundo deste estudo. A cidade possui um diferencial geográfico em função de sua localização, no Oeste paranaense, na fronteira do Brasil com o Paraguai e a Argentina, nomeando-se esse espaço como a Tríplice Fronteira. Por estar na confluência dos Rios Paraná e Iguaçu, recebeu o nome de Foz do Iguaçu. Os Rios são os principais responsáveis pelo ambiente da cidade, sendo eles a fonte de renda, de locomoção e de disputa, de diferentes maneiras, durante todo o contexto histórico da cidade e da região.



Figura 9: Mapa de localização.
Fonte: Ipardes modificado pela autora, 2015.

Atualmente, a cidade possui uma população estimada em 263.647 habitantes (IBGE, 2014) e é considerada um dos principais polos turísticos do país. Possui atrativos como o Parque Nacional do Iguaçu, onde estão localizadas as Cataratas do Iguaçu, que foram eleitas como uma das Sete Maravilhas da Natureza pela fundação suíça *New 7 Wonders*. Desde 2012, recebe mais de 1,5 milhão de turistas anualmente (Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, 2014). Outro atrativo é a Itaipu Binacional, a segunda maior hidrelétrica do mundo em termos energéticos, que também recebe um número significativo de turistas em seu lado brasileiro, aproximadamente 545.262 em 2014 (ITAIPU, 2015). Além desses atrativos, Foz do Iguaçu, por se tratar de uma cidade fronteiriça, recebe visitantes interessados em compras e em jogos nos cassinos, prática proibida no Brasil desde 1950. Essas práticas são permitidas nos países vizinhos: Paraguai, em *Ciudad del Este* e Argentina, na cidade de *Puerto Iguazú*. Nessa perspectiva de visitantes que ocupam Foz do Iguaçu para ter acesso a outros países, incluem-se aqueles que praticam o contrabando e tráfico de drogas. Dessa maneira, a cidade torna-se também uma referência de entrada de materiais ilícitos no país como drogas, armas e demais produtos contrabandeados que envolvem exploração de mão de obra. Isso se deve à localização geográfica da cidade e a ineficiência na fiscalização das fronteiras. Tais práticas refletem nos constantes conflitos existentes e também nos índices referentes à violência e insegurança na cidade.

Trazer o contexto histórico e a trajetória da cidade e da região se faz importante neste estudo, pois localiza o lugar de fala da pesquisadora e ajuda a compreender as relações sociais ali existentes.

O historiador José Augusto Colodel (2002) faz uma contextualização da região em cinco séculos, que aqui será brevemente relatada. Colodel afirma que, no início do séc. XVI, espanhóis iniciaram as primeiras viagens de exploração do território que lhes pertencia, onde enfrentaram resistência dos indígenas Guaranis. Com a descoberta da Bacia do Prata, portugueses intensificaram as explorações pela região, em busca por metais e pedras, o que fez com que espanhóis, a fim de consolidar definitivamente aqueles domínios, criassem povoados (COLODEL, 2002, p. 6). Através dos povoados e províncias existentes na região, os jesuítas iniciaram suas atividades missionárias junto aos indígenas, ampliando, assim, a presença da coroa espanhola no Oeste paranaense.

Nos primeiros anos do séc. XVII, devido à insuficiência de escravos oriundos da África e de escravos indígenas no lado português, iniciaram as expedições bandeirantes para além das linhas que separavam terras portuguesas e espanholas. Os portugueses,

além de capturar indígenas para mão-de-obra escrava, atacavam Reduções Jesuítas da região e avançavam para os povoados. Com a presença das Bandeiras, surgiram novos delineamentos políticos e econômicos por toda a região, que fizeram espanhóis abandonarem a região compreendida à margem esquerda do rio Paraná. Com o Tratado de Madri, em 1750, confirmaram-se as novas fronteiras entre espanhóis e portugueses (COLODEL, 2002, p. 15).

No século XIX, o interesse no Oeste paranaense não era mais por pedras, metais ou indígenas, mas sim por erva-mate e madeira. Um importante acontecimento, já na metade do século XIX, foi a Guerra do Paraguai, finalizada em 1870. Segundo Colodel (1992, p. 118), a partir da guerra, notou-se a necessidade de proteção das fronteiras do Brasil o governo brasileiro então, teve a ideia da criação de uma Colônia Militar de Foz do Iguaçu, fundada em 1889. Tal estratégia também serviria para a criação de um núcleo urbano, iniciando-se, assim, a colonização da região. Colodel (1992) descreve as dificuldades da colônia em se estabelecer e comenta que, em geral, era composta por paraguaios, que viviam da extração da erva mate e argentinos que dominavam as atividades comerciais. Ainda, destacavam-se as companhias de exploração de madeira argentinas que se instalaram no Oeste paranaense e Sul do Mato Grosso do Sul, fixadas por mais de 50 anos. Tal situação só iria mudar com a passagem da tropa de rebeldes e legalistas na região em 1924/25 que acabariam com o sistema de opressão e violência que foram instalados através das companhias de exploração.

A partir da Revolução de 1930, com a pressão federal, o governo do Paraná iniciou algumas ações para afirmar que a região Oeste não se encontrava abandonada. Ações como a nomeação de um prefeito para Foz do Iguaçu, a determinação de que documentos, anúncios e avisos deveriam ser escritos em português e que repartições públicas deveriam iniciar o recolhimento de tributos em moeda brasileira, além da circulação de jornais vindos da capital, Curitiba (COLODEL, 2002, p. 38). Nesse momento, aconteceu a primeira tentativa de transformar Foz do Iguaçu em um centro turístico internacional.

A proposta foi apresentada por Ozório do Rosário Correia, que pretendia transformar durante dez anos a Prefeitura de Foz do Iguaçu em prefeitura especial. Para tanto, toda a arrecadação federal, estadual e municipal seriam imediatamente aplicadas na infra-estrutura turística do próprio município. Pretendia-se também a criação de cassinos, parques de diversões, hotéis e a execução de melhorias na navegação pelo rio Paraná (COLODEL, 2002, p. 39).

Outro fato importante na história da região Oeste paranaense foi a criação de territórios federais em Santa Catarina e Paraná, respectivamente Território Federal de Ponta Porã e Território Federal do Iguaçu, devido à necessidade de expansão da fronteira agrícola vinda do Rio Grande do Sul. “A justificativa oficial era a nacionalização da fronteira guarani, mas o que se pretendia era retirar do controle desses Estados a sua porção ocidental e abrir caminho para as companhias colonizadoras” (COLODEL, 2002, p. 41). Pensados no início do Estado Novo (1937) quando Getúlio Vargas controlava uma faixa de fronteira de 150 quilômetros, na qual Governos Estaduais não poderiam fazer investimentos, a criação definitiva dos Territórios Federais, incluindo o do Iguaçu, aconteceu em 1943 e foram extintos em 1946, após a entrada de Eurico Gaspar Dutra na presidência.

Foi nesse contexto que o povoamento do Oeste paranaense recebeu impulso, devido aos projetos colonizadores que atraíam famílias oriundas dos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Essa colonização da região Oeste do Paraná ficou conhecida como migração sulista e se deu até os anos 1970. Uma das interlocutoras dessa pesquisa, Nilse Mognol, exemplifica essa fase de migração sulista ao comentar o motivo da mudança de sua família, quando ainda criança, nos anos 1960. Sua família veio do Rio Grande do Sul para a cidade de Missal, no Oeste paranaense, pois:

Meus pais, são da agricultura e, no Sul, na época, tinha muita formiga que comia toda a plantação, então meu pai teve muitos problemas por mexer com os venenos. E aí, todo mundo falava que no Paraná a terra era boa, não tinha esses insetos e nós viemos para cá. Para o meio do mato! (MOGNOL, 2015).

As maiores modificações geográfica, demográfica e com efeitos socioeconômicos duradouros sobre a região se deram devido à construção da Hidrelétrica de Itaipu Binacional, iniciada em 1974.

As negociações para a construção da Hidrelétrica iniciaram-se ainda nos anos de 1966, durante o período de ditadura e a partir de 1974 iniciaram as relações internacionais entre Brasil e Paraguai, para a construção da Usina de Itaipu. Da mesma maneira, a região estreitou relações com o país vizinho Argentina, para que, assim, os países formadores da Tríplice Fronteira convivessem harmoniosamente.

Com a criação da Itaipu Binacional houve mudanças territoriais e principalmente o aumento populacional na região. Com o passar dos anos, a cidade de Foz do Iguaçu tornou-se um potencial turístico nacional e internacional. A cidade foi se especializando em receber turistas. Atualmente recebe voos internacionais e nacionais ligando os

principais aeroportos do país. É um dos três destinos mais procurados por estrangeiros em visita ao Brasil e possui uma vasta rede hoteleira e de agências de turismo, além de receber investimentos constantes na área. Nota-se a construção de mais *resorts*, *shoppings* e novas atrações turísticas como museu de cera, parques aquáticos e uma gama de serviços e ações voltadas aos visitantes. As cidades vizinhas mantêm-se predominantemente com o desenvolvimento agrícola, mas também estão investindo no turismo. Os municípios Lindeiros⁸ criaram praias artificiais em torno do Lago de Itaipu, com estruturas de restaurantes, *camping* e hotéis e seguem investindo na criação de novas atrações.

Essa contextualização da região Oeste do Paraná faz-se necessária para pensar a formação dessas cidades e compreender relações importantes no contexto da cidade de Foz do Iguaçu. A construção da Hidrelétrica de Itaipu foi um momento importante para a região Oeste do estado, pois gerou transformações no contexto social, industrial e econômico. Em seguida, será apresentada a instituição Itaipu Binacional.

3.2 A ITAIPU BINACIONAL

A Itaipu Binacional é a empresa responsável pela Usina Hidrelétrica de Itaipu, localizada no Rio Paraná na fronteira entre Brasil e Paraguai e administrada por ambos países. A usina ocupa atualmente o segundo lugar em recorde mundial de produção de energia, sendo capaz de gerar 14.000 MWh.

Sua formação iniciou em 1966, quando após várias negociações, os Ministros das Relações Exteriores de Brasil e Paraguai assinaram uma declaração conjunta para iniciar estudos de aproveitamento hidrelétrico no Rio Paraná. Tal acordo entre os países acabou com antigas disputas de território da área correspondente ao Salto de Sete Quedas, atualmente imerso pelas águas da represa e da Serra de Maracaju. Em 26 de abril de 1973, Brasil e Paraguai assinaram o Tratado de Itaipu para o aproveitamento hidrelétrico do Rio Paraná pelos dois países. Em 1974, foi criada a entidade Itaipu Binacional. Após a decisão da construção da Hidrelétrica de Itaipu, iniciou-se a chegada de máquinas e a construção de edificações, escritórios, refeitórios e a abertura de estradas para o canteiro de obras. Segundo a Itaipu, entre os anos de 1975 a 1978, mais de nove mil moradias foram construídas nas duas margens do Rio Paraná, cujo objetivo

⁸ Municípios Lindeiros tratam-se das cidades que possuem parte de seu território alagado pelas águas do Lago de Itaipu.

era abrigar os trabalhadores da obra. Nessa época, Foz do Iguaçu era uma cidade com cerca de 20 mil habitantes e, em dez anos, passou para 101.447 habitantes (Itaipu Binacional, 2014).

A obra de realização da Hidrelétrica iniciou-se pela alteração do curso do Rio Paraná, etapa finalizada em outubro de 1978 (Itaipu Binacional, 2014). O novo canal permitiu que o leito original do rio secasse para então iniciar a construção da barragem principal. A construção da barragem envolveu números consideráveis, recordes em relação à quantidade de concreto, de pessoas, de caminhões, de vagões ferroviários, que a empresa ressalta para demonstrar seu potencial e a dimensão da obra. Em outubro de 1982, foram finalizadas as obras de construção da barragem, as comportas do canal de desvio foram fechadas e iniciou-se a formação do reservatório. Devido às chuvas fortes e enchentes que ocorreram no período, o lago de Itaipu foi formado em apenas 14 dias, sua previsão era de pelo menos três meses. As instalações da hidrelétrica continuaram até entrar em operação em 5 de maio de 1984.

Por tratar-se de um projeto complexo, a instalação da hidrelétrica gerou consequências sociais importantes que podem ser estudadas pontualmente em outras pesquisas. Neste estudo, trata-se apenas das ações de responsabilidade social realizadas pela empresa.

Das alterações ocorridas na região pela instalação da Hidrelétrica, a mais visível foi a alteração no mapa da região. Com a criação do Lago de Itaipu, oito municípios⁹ foram atingidos, ao longo da faixa de 170 quilômetros entre Foz do Iguaçu e Guaíra. Segundo a empresa, nessas áreas, 8.519 propriedades urbanas e rurais na margem brasileira foram alagadas e tiveram seus donos indenizados (Itaipu Binacional, 2014). Tais acontecimentos não ocorreram de maneira pacífica e são obscurecidos na história da instituição¹⁰.

Posteriormente, os oito municípios que tiveram suas áreas alagadas passaram por desdobramentos territoriais, totalizando atualmente 16 cidades, que recebem

⁹ Os oito municípios que tiveram áreas atingidas pelo reservatório de Itaipu foram: Santa Helena, Marechal Cândido Rondon, Terra Roxa, Guaíra, Matelândia, Medianeira, São Miguel do Iguaçu e Foz do Iguaçu.

¹⁰ Alguns estudos mostram as consequências da instalação da Itaipu Binacional na região Oeste do Paraná. Destaco aqui a pesquisa de Catiane Matiello, *Narrativas tecnológicas, desenraizamento e cultura de resistência: história oral de vida de famílias desapropriadas pela construção da Usina Hidrelétrica de Itaipu*, 2011. A partir dos estudos de Ciência, Tecnologia e Sociedade a autora traz o processo de implantação da Usina e desapropriação nas narrativas de agricultores e agricultoras da região.

royalties da Itaipu Binacional, uma compensação financeira pelo uso de suas áreas territoriais pelo Lago. Essas cidades, em conjunto, ficaram conhecidas como os Municípios Lindeiros e, a partir de 1990, com a orientação da Itaipu Binacional se organizaram através do Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu¹¹. A criação do Conselho vem da necessidade de um órgão de representação que assegurasse os interesses desses municípios. Sendo assim, o conselho tem por finalidade “promover o desenvolvimento sócio-econômico urbano e rural de toda a região de forma integrada, respeitando as diferentes características de cada município, contando sempre com a parceria da Itaipu Binacional” (LINDEIROS, 2015).

A partir de 2003, pressionada pela efervescência de discussões de diretrizes, normas, projetos de lei, de responsabilidade social, tanto nacionais como internacionais, a Itaipu Binacional inseriu em sua missão a responsabilidade socioambiental. “Gerar energia elétrica de qualidade, com responsabilidade social e ambiental, impulsionando o desenvolvimento econômico, turístico e tecnológico, sustentável, no Brasil e no Paraguai” (ITAIPU BINACIONAL, 2014). Com isso, a empresa iniciou um esforço na criação e acompanhamento de projetos, ações e programas, que englobam tais políticas e diretrizes adotadas pela instituição. A empresa assumiu também o desenvolvimento de Relatórios de Desenvolvimento anuais, baseados em metodologias internacionais de diretrizes da *Global Reporting Initiative* e também iniciativas como o Pacto Global da ONU. Com essas estratégias, a empresa se inseriu em políticas internacionais, que dão visibilidade e asseguram a característica de comprometimento da instituição no benefício da comunidade, meio ambiente e público interno.

Ao adotar novas políticas e práticas de responsabilidade social, a empresa se reorganizou em relação aos seus setores. Ainda em 2003, a Itaipu criou o Parque Tecnológico de Itaipu – (PTI), com o intuito de “Atender as necessidades de modernização das instalações da hidrelétrica e estimular o progresso da região em torno à usina” (ITAIPU BINACIONAL, 2014). O PTI é descrito como um polo científico e tecnológico no Brasil e Paraguai, responsável por coordenar ações dentro da Itaipu Binacional. Segundo o próprio PTI, sua atuação está em duas vertentes: a de

¹¹ São membros do Conselho as cidades: Mundo Novo(município pertencente ao estado do Mato Grosso do Sul) Guaíra, Marechal Candido Rondon, Santa Helena, Missal, São Miguel do Iguaçu, Medianeira, Santa Terezinha de Itaipu, Diamante D'Oeste, Terra Roxa e Foz do Iguaçu; mais tarde, após processo de emancipação política, ingressaram na associação, também, os municípios de Mercedes, Pato Bragado, Entre Rios do Oeste, São José das Palmeiras e Itaipulândia.

Desenvolvimento Regional, na qual coordena ações voltadas às áreas de Educação, Ciência & Tecnologia e Empreendedorismo e a de Retorno à Itaipu que, em parceria com universidades, atua nas áreas de Educação Corporativa, Pesquisa & Desenvolvimento e Gestão do Conhecimento (PTI, 2015).

O complexo físico do PTI fica nas dependências da Hidrelétrica de Itaipu, nos edifícios que faziam parte dos alojamentos e escritórios dos funcionários no período de construção da barragem. A circulação de pessoas pelas áreas do PTI é de funcionários(as), estagiários(as), empresários(as), pesquisadores(as). Atualmente por concentrar em suas dependências as parcerias com as universidades: Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) e Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA) é comum observar um fluxo intenso de alunos(as) e professores(as) pelo PTI. O Programa Trinacional Ñandeva, parte do universo de pesquisa deste estudo, tem sua sede como parte do complexo do PTI e destaca-se por ser o programa com uma edificação exclusiva para o desenvolvimento de suas ações.

Para manter e operar o Parque Tecnológico de Itaipu, em 2005, foi criada a Fundação Parque Tecnológico de Itaipu - (FPTI-BR). A finalidade da Fundação PTI é realizar o planejamento estratégico, a gestão de ações, programas, projetos e todas as suas derivações do Parque Tecnológico de Itaipu (Itaipu Binacional, 2014). Tanto o lado brasileiro da Itaipu quanto o paraguaio possuem um Parque Tecnológico e, conseqüentemente, uma Fundação PTI, tendo diferentes ações e coordenações em cada país, o que não os exclui de atuarem simultaneamente.

Além das linhas de atuação em educação, pesquisa e empreendedorismo, o PTI também age com relação ao turismo, sendo o responsável por diversas ações na região voltadas ao turismo. A própria Itaipu Binacional tornou-se um potencial turístico ao criar um complexo que recebe milhares de visitantes anualmente. O Complexo Turismo Itaipu é formado por alguns pontos de visitação criados dentro da área relativa à empresa, tanto no Brasil quando no Paraguai. Desde 2007, a Fundação PTI é a responsável financeira e administrativa do Complexo Turismo Itaipu (Turismo Itaipu, 2015).

A visitação acontece através dos passeios, compostos por guias bilíngues, ônibus especial, roteiro e vídeo institucional. As duas principais opções de passeios são o Circuito Especial, que leva o visitante ao interior da barragem e a Vista Panorâmica, um passeio que mostra, a partir de um mirante central, a barragem e o vertedouro da

hidrelétrica. No lado brasileiro, fazem parte das atrações do Complexo: a Iluminação da barragem; a visita ao Polo Astronômico; o Ecomuseu, museu formado por cenários que remontam a história da região e da Usina, além de ser um espaço para exposições; a visita ao Refúgio Biológico, onde estão animais e plantas da região, desalojados pelo reservatório de Itaipu e o passeio Kattamaram, um barco com uma estrutura de restaurante que faz um passeio pelo Lago de Itaipu (Turismo Itaipu, 2015).

Todos os passeios partem do Centro de Recepção de Visitantes, que é uma estrutura ao lado da entrada principal para a Itaipu Binacional, destinada aos turistas. A estrutura é formada por estacionamento, área de ingressos, um auditório, onde é exibido o filme sobre a instituição, sanitários, guarda volumes, um bistrô e um espaço de comércio de *souvenirs* e artesanatos nomeada Itaipu Shop. Dentro desse espaço encontram-se as lojas de artesanato Ñandeva e a loja com *souvenirs* da Itaipu, que serão explicadas posteriormente.

Compreendida a organização desses setores é possível entender onde está localizado o Programa que faz parte desta pesquisa. É com a gestão da Fundação Parque Tecnológico de Itaipu e como parte integrante do Parque Tecnológico de Itaipu que configura-se o Programa Trinacional Ñandeva, retratado, tanto nos Relatórios de Sustentabilidade anuais, quanto no site da instituição, como um Programa do PTI e da Fundação, relativo ao setor de turismo.

3.3 O PROGRAMA TRINACIONAL ÑANDEVA

Este item tem por objetivo apresentar um dos espaços que constitui esta pesquisa, o Programa Trinacional Ñandeva, sua formação, seus principais objetivos e seus discursos.

O Programa Trinacional Ñandeva tem em seu nome a característica de Trinacional por ser uma parceria entre os três países da tríplice fronteira: Brasil, Paraguai e Argentina. Nesta pesquisa foi estudado apenas o lado brasileiro do Programa, apesar de ter sido necessário compreender algumas questões sobre o funcionamento nos outros países. A escolha por abordar apenas o lado brasileiro se deu durante o período da pesquisa exploratória, quando foi possível visualizar que os programas se organizam de maneiras diferentes em cada país. Apesar de terem ligações e realizarem alguns eventos em parceria, cada país tem seu coordenador responsável, suas lojas, produtos diferentes, tratando-se, portanto, de contextos distintos. Devido à

importância de localizar o objeto de estudo e compreender o seu contexto e a complexidade de acompanhamento do Programa nos três países, optou-se por, nesta pesquisa, apresentar apenas o Programa Ñandeva no Brasil.

A atual sede do Ñandeva nomeada de Centro de Tecnologias para o Artesanato (CCTA) é conhecida como a antiga lavanderia dos operários, pois o espaço teve a função de lavanderia durante a construção da barragem. No período desta pesquisa, o Programa era coordenado por Gorette Milioli; anteriormente, foi coordenado por Ana Cristina Nóbrega, que esteve na função desde o início do Ñandeva, de 2004 até 2012.

Em 2004, um *workshop* de Artesanato e Design, idealizado por Malba Aguiar¹² e Juan Sotuyo¹³, foi realizado, envolvendo artesãos(ãs) da região e uma equipe de funcionários do PTI, além de designers convidados para o evento (Ñandeva, 2014). Esse *workshop* é citado pelos sujeitos desta pesquisa como o princípio do Programa Trinacional Ñandeva, que tomaria forma quanto à estrutura, metodologia e funcionamento dois anos depois. Fundado oficialmente em 25 de abril de 2006, o Programa Trinacional Ñandeva é um Programa da Itaipu Binacional, organizado e financiado pela Fundação Parque Tecnológico de Itaipu. Conta com o apoio de outras instituições como SEBRAE, Universidades da região, o Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros, além de cooperativas e associações dos países participantes. É importante destacar que algumas dessas instituições fazem parte do conselho Gestor do Programa. No período da pesquisa, o Conselho Gestor era formado pela Fundação PTI, Municípios Lindeiros e COART.

O Ñandeva não foi a primeira ação da Itaipu através do PTI em parceria com o SEBRAE voltado para o artesanato da região. Pouco antes da criação definitiva do Programa Trinacional Ñandeva, existiu o projeto Artesanato do Lago de Itaipu, envolvendo também os municípios Lindeiros. Nilse Mognol acompanhou ambos e conta um pouco de como foi o Artesanato do Lago e essa transição para o Programa Ñandeva:

No Artesanato do Lago, eu acho que abriu o olhar para esse campo do artesanato. O tanto que você pode crescer, que você pode melhorar. Foi quando a gente saiu aqui do nosso meio e foi visitar feiras. (...) O Artesanato do Lago, acho que foram dois anos. No primeiro ano era só Artesanato do

¹² Malba Trindade de Aguiar é um nome várias vezes citado quando trata-se de projetos de artesanato. Representava o SEBRAE, em 2004, quando auxiliou no *workshop* Ñandeva, também foi responsável e/ou consultora de diversos projetos de artesanato por todo o país.

¹³ Juan Carlos Sotuyo é Diretor Superintendente da Fundação Parque Tecnológico de Itaipu desde 2003, mantendo-se no cargo até o momento desta pesquisa. É citado como um dos idealizadores e incentivador presente do Programa Trinacional Ñandeva.

Lago, daí, no segundo ano é que ela ((Malba Aguiar)) conseguiu colocar lá dentro da Itaipu, do PTI, o Ñandeva onde então foi feita aquela uma semana com as quatro oficinas (MOGNOL, 2015).

Mognol comentou a criação do Ñandeva inicialmente como oficinas de uma semana. Com a realização desse *workshop*, o projeto Artesanato do Lago acabou, e entrou em funcionamento apenas o Programa Trinacional Ñandeva, constituído após a execução de um Plano Diretor Trinacional que envolveu 23 entidades dos três países. Tanto o Artesanato do Lago como o Programa Ñandeva foram ações desenvolvidas em parceria com o SEBRAE. Vale mencionar brevemente qual a posição dessa instituição nessas ações, programas e projetos que desenvolvem pelo país.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE é uma entidade privada que “atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias” (SEBRAE, 2015). Desde 2002, o SEBRAE participa de ações de empreendimentos relacionados ao artesanato, tendo como objetivo fomentar o artesanato enquanto setor econômico sustentável, objetivando valorizar a identidade cultural das comunidades e promover a melhoria da qualidade de vida, gerando renda e postos de trabalho (SEBRAE, 2015).

Sob essa perspectiva, o SEBRAE vem desenvolvendo programas relacionando o design e o artesanato, como estratégia de aproximação dessas áreas, na tentativa de desenvolver e promover o artesanato brasileiro. Propostas como “Cara Brasileira”, “Artesanato Brasil” e o “Via Brasil”, foram projetos pioneiros que, ao longo do tempo, criaram ramificações baseadas em suas propostas que originaram, por exemplo, o Programa Trinacional Ñandeva.

Queluz (2008), ao fazer uma reflexão sobre a identidade do design brasileiro a partir da perspectiva histórico-cultural do país discute, em seu texto, as estratégias feitas pelo SEBRAE para estimular, desenvolver e promover o artesanato, quando apontam as vantagens de aproximação com o design. A autora mostra que, no conceito de artesanato utilizado pelo SEBRAE, a produção artesanal é considerada uma marca de identidade nacional, a qual ressalta o potencial econômico e criativo, reconhece a importância das práticas, técnicas e saberes coletivos como marcações de sujeitos, além de propor, com a aproximação do design, um fortalecimento da identidade nacional como expressão espontânea do povo através do artesanato. A autora comenta que, ao expor a complexidade do tema, nota-se a tentativa de generalização e universalização desse conceito de identidade proposto pelo SEBRAE.

Queluz (2008) ainda mostra as contradições no discurso da instituição SEBRAE ao discutir a proposta “Cara Brasileira”¹⁴, que tenta definir uma “brasilidade” sem discutir questões teóricas histórico-culturais e, ainda, elenca pontos fortes (o pluralismo racial e cultural; a alegria e o otimismo; criatividade e outros) e fracos (a falta de autoestima; a valorização apenas do que vem de fora, resultante de pobreza cultural; o personalismo arrogante, que se coloca acima da lei; desprezo pela técnica e outros) das características do Brasil (e do brasileiro). Para a autora, o programa traz uma elaboração ideológica que “propõe uma totalidade social homogênea, coerente, fechada e sem lacuna” (2008, p.28). Ela mostra que apesar do programa tentar evitar imagens “falsas”, “desviantes”, “folclóricas”, acaba reforçando uma visão tropicalista e reduzindo a proposta inicial de valorização da diversidade.

Nesse sentido, o SEBRAE justifica suas ações compreendendo que “o artesanato tem elevado potencial de ocupação e geração de renda em todos os Estados, posicionando-se como um dos eixos estratégicos de valorização e desenvolvimento territorial” (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010). Em seu Termo de Referência (2010) que tem o objetivo de reunir uma base conceitual para o planejamento, execução e monitoramento de projetos e ações, o SEBRAE define categorias artesanais, estratégias e orientações de intervenção e indicadores de desempenho no artesanato.

Em suas categorias, o SEBRAE define e diferencia Arte Popular, Artesanato e Trabalhos Manuais. Assim, para o SEBRAE Arte Popular é um “conjunto de atividades poéticas, musicais, plásticas e expressivas que configuram o modo de ser e de viver do povo de um lugar” (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 12). Já o Artesanato é definido como “toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade” (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 12). Trabalhos Manuais, por sua vez, definem-se como:

Os trabalhos manuais exigem destreza e habilidade, porém utilizam moldes e padrões predefinidos, resultando em produtos de estética pouco elaborada. Não são resultantes de processo criativo efetivo. É muitas vezes, uma ocupação secundária que utiliza o tempo disponível das tarefas domésticas ou um passatempo (MASCÊNE E TEDESCHI, 2010, p.13).

¹⁴ Proposta Cara Brasileira: a brasilidade nos negócios – um caminho para o “made in Brazil”, 2002. Disponível em: <http://www.iets.inf.br/biblioteca/Cara_brasileira.pdf>

O Termo de Referência (2010) ainda apresenta um quadro que diferencia os três assuntos, observado a seguir:

Tabela 3: Categorias

Arte Popular	Artesanato	Trabalhos Manuais
Produção de peças únicas	Produção de pequenas séries com regularidade	Produção assistemática
Arquétipo	Produtos semelhantes, porém, diferenciados entre si	Reprodução ou cópia
Compromisso consigo mesmo	Compromisso com o mercado	Ocupação secundária
Fruto da criação individual	Fruto da necessidade	Fruto da destreza

Fonte: MASCENE E TEDESCHI, 2010, p.13.

Nota-se que as definições trazidas pelo SEBRAE estão ligadas basicamente às formas de produção. Nesse sentido é possível perceber que tais definições são apresentadas de forma hierarquizada. Ao definir a arte popular como uma categoria única, arquétipo e fruto da criação individual existe uma romantização do artista e o coloca em uma categoria acima das demais. O Termo de Referência (2010) apresenta o artesanato em uma posição central, que não o aproxima da qualidade única da arte popular, mas o relaciona ao mercado, a produção de pequenas séries e é percebido como fruto da necessidade. Percebe-se que em terceiro plano estão os trabalhos manuais, relacionados à cópia, a uma produção sistemática, fruto da destreza e uma ocupação secundária ligada as atividades domésticas. Atenta-se que estas definições limitam as possibilidades e as reais atuações de sujeitos na arte popular, no artesanato e nos trabalhos manuais. Destaca-se em especial, quanto a marginalização dada aos trabalhos manuais e sua inferiorização ao relacioná-lo como uma atividade feminina.

Essas definições são semelhantes às aprovadas pela portaria nº 29 de 05 de outubro de 2010 que define a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro (2012), e que estabelece os parâmetros do Programa de Artesanato Brasileiro (PAB), cujo objetivo é a consolidação do artesanato brasileiro, geração de trabalho e renda e melhoria do nível cultural, profissional, social e econômico do artesão (BASE CONCEITUAL DO ARTESANATO BRASILEIRO, 2012, p. 9).

A Base Conceitual do Artesanato Brasileiro complementa tais definições, trazendo as diferenciações entre Arte Popular e Artesanato.

A arte popular diferencia-se do artesanato a partir do propósito de ambas atividades. Enquanto o artista popular tem profundo compromisso com a originalidade, para o artesão essa é uma situação meramente eventual. O artista necessita dominar a matéria-prima como o faz o artesão, mas está livre da ação repetitiva frente a um modelo ou protótipo escolhido, partindo sempre para fazer algo que seja de sua própria criação. Já o artesão quando encontra e elege um modelo que o satisfaz quanto à solução e forma, inicia um processo de reprodução a partir da matriz original, obedecendo a um padrão de trabalho que é a afirmação de sua capacidade de expressão. A obra de arte é peça única que pode, em algumas situações, ser tomada como referência e ser reproduzida como artesanato. (BASE CONCEITUAL DO ARTESANATO BRASILEIRO, 2012, p. 12)

Da mesma forma, a Base Conceitual ainda exemplifica o que não é Artesanato:

Trabalho realizado a partir de simples montagem, com peças industrializadas e/ou produzidas por outras pessoas; Lapidação de pedras preciosas; Fabricação de sabonetes, perfumarias e sais de banho, com **exceção** daqueles produzidos com essências extraídas de folhas, flores, raízes, frutos e flora nacional; Habilidades aprendidas através de revistas, livros, programas de TV, dentre outros, sem identidade cultural. (BASE CONCEITUAL DO ARTESANATO BRASILEIRO, 2012, p. 12)

As definições aqui trazidas de Arte Popular, Artesanato e Trabalhos Manuais, auxiliam a compreender como ações, programas e políticas públicas entendem tais temas.

Os assuntos aqui tratados são produtos das culturas populares, normalmente marginalizadas, associadas ao pré-moderno e ao subsidiário. Acredito que seja importante compreendê-las a partir de García Canclini (2013, p. 273) que, baseado nos estudos sobre reprodução social, tornou evidente que as culturas populares não se tratam de manifestações criadoras dos povos, nem acúmulo das tradições, nem resultados do poder de movimentos políticos. Para o autor, situando as ações subalternas, descobre-se o significado complementar de práticas desenvolvidas em diferentes esferas. Assim, a cultura popular pode ser entendida como “resultado de uma apropriação desigual do capital cultural, uma elaboração própria de suas condições de vida e uma interação conflituosa com os setores hegemônicos” (GARCÍA CANCLINI, 1989, p. 63, tradução nossa). Desse modo, pretende evitar as idealizações românticas das culturas populares, oriundas de correntes como o do folclore, das indústrias culturais e do populismo político.

A dificuldade em definir artesanato, para García Canclini (1989, p. 75), está no fato de que os produtos julgados artesanais se modificam ao relacionar-se com o mercado capitalista, o turismo, a indústria cultural, com as formas modernas de arte e

comunicação. Para o autor (1989) não se trata apenas de mudanças no sentido e na função do artesanato, esse é um problema pertencente a uma crise de identidade generalizada nas sociedades atuais, a homogeneização dos padrões culturais e o peso alcançado por conflitos entre sistemas simbólicos que questionam uma série de pressupostos e diferenças até então consolidados.

Para García Canclini (1989) não é possível definir cultura popular como uma essência, tampouco artesanato ou as festas populares, “não existe um elemento intrínseco – por exemplo, sua produção manual – que seja suficiente, nem será resolvido acumulando várias” (GARCÍA CANCLINI, 1989, p. 77, tradução nossa). Da mesma forma, o autor comenta não ser possível definir arte ou cultura popular somente pela oposição à arte culta ou de massas, “mas a partir do sistema que gera todos eles, que atribui a eles lugares diferentes, os reformula e combina, para que cumpram as funções econômicas, políticas e psicossociais necessárias para sua reprodução” (GARCÍA CANCLINI, 1989, p. 77, tradução nossa). Dessa forma, concordo com o autor ao afirmar que: “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” (GARCÍA CANCLINI, 1989, p. 77, tradução nossa).

Corrêa (2008), em seu estudo, parte do princípio que “somente depois de confrontadas as diferentes formas de entendê-la, expostas às subordinações realizadas através de diferentes estratégias analisadas, evidenciadas as estratégias de resistência e negociação política e estética, ser possível configurar a categoria artesanato.” (CORRÊA, 2008, p. 18). Assim, esse autor parte para suas discussões com a noção de artesanato como “expressões objetualizadas das culturas humana de forma geral e, mais especificamente, de um grupo social determinado histórica, econômica, política, (re)produtiva, estética e socialmente” (CORRÊA, 2008, p. 18). Em conformidade a esse pensamento, Mendes (2011) acredita no artesanato enquanto forma de expressão e de trabalho que, além de cumprir uma função simbólica e econômica, “... desempenha, por meio dos artefatos e suas relações, um papel profundo de (re)elaboração de sentidos, podendo ser condicionado pelo contexto social ou, até mesmo, interferir o modificando” (MENDES, 2011, p. 51).

O Programa Trinacional Ñandeva tem foco no desenvolvimento do setor de artesanato e, com isso, alinha-se à ideia de artesanato defendida pelo SEBRAE. Para o Ñandeva: “A principal característica do artesanato é o fato de seu processo de produção

ser essencialmente manual ou, quando muito, utilizando ferramentas e equipamentos que facilitam o processo” (CARNIATTO, CHEUNG E NÓBREGA, 2008, p. 15).

Nesse contexto, importa ainda, apresentar as demais categorias utilizadas pelo SEBRAE, Programa Artesanato Brasileiro e Ñandeva. Nessas categorias, diferencia-se: artesanato indígena, tradicional, de referência cultural, conceitual, de produtos semi-industriais e industriais. Conhecer quais são essas categorias torna-se importante para, ao seguir as trajetórias dos artefatos, compreender de quais tipos de produtos esta se tratando.

Artesanatos indígenas são definidos como “objetos produzidos no seio de uma comunidade indígena, por seus próprios integrantes. É, em sua maioria, resultante de uma produção coletiva, incorporada ao cotidiano da vida tribal, que prescinde da figura do artista ou do autor” (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 14).

O artesanato tradicional por sua vez, trata-se de:

Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições, porém incorporados à sua vida cotidiana. Sua produção é, em geral, de origem familiar ou de pequenos grupos vizinhos, o que possibilita e favorece a transferência de conhecimentos sobre técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e seu valor cultural decorrem do fato de ser depositária de um passado, de acompanhar histórias transmitidas de geração em geração, de fazer parte integrante e indissociável dos usos e costumes de um determinado grupo (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 14).

Categoriza-se artesanato de referência cultural como produtos cuja característica é a incorporação de “elementos culturais tradicionais” da região onde são produzidos. “São, em geral, resultantes de uma intervenção planejada de artistas e designers, em parceria com os artesãos, com o objetivo de diversificar os produtos, porém preservando seus traços culturais mais representativos” (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 14). Diferentemente, o artesanato conceitual é definido como: objetos produzidos a partir de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural.

A inovação é o elemento principal que distingue este artesanato das demais categorias. Por detrás desses produtos existe sempre uma proposta, uma afirmação sobre estilos de vida e de valores, muitas vezes explícitos por meio dos sistemas de promoção utilizados, sobretudo àqueles ligados ao movimento ecológico e naturalista (MANSCÊNE, 2010, p. 14).

Da mesma forma como essas bases conceituais especificam alguns tipos de artesanatos, elas sinalizam o que consideram como produtos semi-industriais e industriais, em alguns locais referenciados também como *souvenirs* e tratados pelo

Programa Ñandeva e nas falas das interlocutoras citados como *industrianato*. Produtos semi-industriais e industriais são definidos então como:

Produção em grande escala, em série, com utilização de moldes e formas, máquinas e equipamentos de reprodução, com pessoas envolvidas e conhecedoras apenas de partes do processo. Souvenirs são objetos produzidos com foco no mercado turístico, que expressam identidade cultural, comunicam conceitos e buscam qualidade e funcionalidade das peças. (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 14).

Apresentadas as noções de artesanato que permeiam este estudo, exponho a missão do Programa Ñandeva: “Fortalecer a identidade cultural da Região Trinacional do Iguassu, com foco no setor artesanal e design, articulando ações para capacitação, transferência de tecnologia e geração de emprego e renda” (CARNIATTO, CHEUNG E NÓBREGA, 2008, p. 5).

Com essa missão, o Programa Trinacional Ñandeva atendeu artesãos(ãs) da região Oeste do Paraná, principalmente dos municípios Lindeiros, por fazerem parte do Conselho Gestor. O Ñandeva, durante seus anos de atuação, foi responsável por diversas oficinas de desenvolvimento de produtos e de iconografia, realizadas nas dependências do Programa. Segundo os dados do Ñandeva (2013), até 2012, foram ministradas 228 oficinas como: Curso de Papel Reciclado; Fibra de bananeira; Madeiras alternativas; Criatividade; *Souvenirs*; Produtos corporativos; Biojóias; Mercado; Mosaico, entre outros.

Tais oficinas foram ministradas por professores(as), consultores(as) e designers contratados pela própria Fundação PTI ou em parceria com o SEBRAE. O Programa apresenta em sua publicação - “Ñandeva – 6 anos de história” (2013, p. 25), uma lista dos profissionais que realizaram as oficinas e seus locais de origem. Dos designers citados, chamou a atenção o número de profissionais estrangeiros, sendo alguns desses Argentina e Paraguai, países participantes do Programa e vários outros da Dinamarca, Espanha, França e Itália. Já os(as) professores(as) e consultores(as) citados, boa parte estão ligados ao SEBRAE e são de diferentes estados do país.

As oficinas de desenvolvimento de produtos funcionavam sempre com um grupo de artesãos(ãs) que já dominavam a técnica oferecida no curso. Esse é um fator presente nas falas das colaboradoras, deixando claro que os cursos e as oficinas não eram de formação e sim de capacitação: “Então, o Ñandeva trabalhou muito com

capacitação. Para participar das oficinas você já tinha que dominar a técnica. Por exemplo, se fosse cerâmica, já tinha que dominar a técnica” (MILIOLI, 2015).¹⁵

Nesse sentido, o Programa não era o responsável pela formação dos artesãos(ãs) pois, não ensinava uma técnica artesanal em um material específico para que a pessoa se tornasse um artesão(ã), mas, capacitava, dando instruções específicas sobre a técnica em que o artesão já atuava.

Com as oficinas de capacitação, os(as) artesãos(ãs) eram incentivados a melhorarem seus produtos ou criarem novos, sempre orientados a seguirem a exigência de qualidade proposta por aqueles que ministravam os cursos, na maioria das vezes, designers. Como explica a coordenadora do Programa:

Eram oficinas de 40 horas semanais e, na sexta-feira, tinha que sair o produto. Então, não era uma formação de pessoas e sim uma capacitação porque a gente precisava apresentar resultado no final da oficina. Com apoio dos designers, no final da oficina, sempre tínhamos produtos com uma qualidade e acabamentos melhores (MILIOLI, 2015).

Com o intuito de valorização do artesanato, essas ações inserem os designers, profissionais que normalmente são solicitados para atuar em projetos em indústrias, para interagirem com artesãos(ãs), que possuem formas de produção diferentes das industriais, gerando um novo cenário, algumas vezes desigual, de atuação.

Neste estudo compreende-se a prática do design como parte da cultura material, Denis (1998) o considera bem mais abrangente que o processo de projetar e fabricar objetos. Ele define, a partir do ponto de vista antropológico, o design como “uma entre diversas práticas projetuais, tais quais as artes, o artesanato, a arquitetura, a engenharia e outras que visam a objetivação no seu sentido estrito, ou seja, dar existência concreta e autônoma a ideias abstratas e subjetivas” (DENIS, 1998, p.19). O design se configura como o foco principal para o planejamento e desenvolvimento da maioria dos objetos do mundo moderno. Para Denis (1998, p. 22), o design constitui a fonte mais importante da maior parte da cultura material de uma sociedade, pauta a sua identidade cultural na abundância material que tem conseguido gerar.

Queluz (2012, p.8), ao relacionar design e cultura material, utiliza-se da visão de Bürdek¹⁶ do design como uma disciplina que produz realidades materiais e

¹⁵ Optou-se, em citações curtas de trechos de narrativas das interlocutoras, distingui-las do restante do texto colando essas em *itálico*.

¹⁶ BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**.

comunicativas, em que os objetos contam sua história, a tecnologia utilizada, o contexto cultural no qual foram construídos, para ir além dessa definição. De acordo com a autora, “os objetos nos contam histórias das pessoas que projetaram, fabricaram, consumiram, usaram, colecionaram, representaram, descartaram estas coisas” (QUELUZ, 2012, p. 8). Assim, percebe-se que importa não apenas projetar, mas perceber os artefatos como produções culturais, relacionados aos grupos sociais, entendendo que esses fazem sentido para uma determinada sociedade.

Em seu livro sobre design e artesanato, Borges (2011, p.59) indica os principais caminhos em que os designers têm atuado nas ações, projetos e programas que envolvem o artesanato no Brasil nos últimos anos que são: Melhoria das condições técnicas, quando desenvolve critérios de qualidade de produção e de acabamento; Potencialidades dos materiais locais, que diz respeito ao aproveitamento dos materiais encontrados na região para a elaboração de novos produtos; Identidade e diversidade, que se trata do desenvolvimento da identidade dos lugares através da linguagem (a autora (2011, p. 97) acredita que essa é uma prática que surge da demanda de lugares onde a prática artesanal é recente ou onde o artesanato encontra-se “descaracterizado”); Construção das marcas, que consiste na identidade visual, no desenvolvimento de marcas, etiquetas, embalagens, catálogos, sites, (que segundo a autora servem para “comunicar os valores intangíveis dos objetos artesanais” (BORGES, 2011, p. 117)); e os artesãos como fornecedores, no uso de elementos artesanais em projetos de designers, quando não existe um compartilhamento de projetos e sim a relação cliente/fornecedor.

Com essa perspectiva da atuação do profissional designer em ações com o artesanato, nota-se que no Programa Trinacional Ñandeva foram realizadas a maioria dessas intervenções, na área técnica, de materiais, de identidade e de identidade visual. Para o Ñandeva, o papel do design é:

[...]contribuir com o desenvolvimento de produtos artesanais, intervindo, sem no entanto descaracterizá-los, valorizando e reforçando tradições regionais, a habilidade e a identidade dos artesãos e as relações existentes no interior dos grupos de trabalho. (CARNIATTO, CHEUNG E NÓBREGA, 2008, p. 17)

Dentro do Ñandeva, além dos(as) designers que participaram pontualmente das oficinas, o Programa teve uma vaga em seu quadro de funcionários destinada a um/a designer. Por essa vaga passaram as profissionais Izamara Carniatto, Kellen Almeida R.

de Carvalho e Anna Lucia da Silva Araujo Vörös; nos últimos anos, o cargo foi assumido por Maria Cheung, artista plástica.

A responsabilidade da designer no Programa era de acompanhar o planejamento e a execução do produto junto ao artesão(ã). Em atendimentos com hora marcada os(as) artesãos(ãs) interessados levavam seus produtos até a profissional que dava sugestões de: acabamento, material, formato, utilização de elementos gráficos. A designer propunha alterações até obter um produto artesanal considerado “ideal” para a comercialização de acordo com os critérios do Programa. Ao aprová-lo, o objeto recebia uma certificação e, assim, tornava-se reconhecido como um produto da marca Ñandeva.

O papel do design no Programa Ñandeva, seguindo a perspectiva do SEBRAE, está relacionada à capacidade de “adequação/inação”. Ao aproximar a intervenção do design em oficinas de desenvolvimento do artesanato, o que se busca é uma ideia de qualidade, seguindo a lógica do mercado, com o intuito de agregar valor ao produto artesanal. Como está explicado em diferentes momentos do Termo de Referência de atuação do sistema SEBRAE no artesanato (2010),

A tarefa de conceber e desenvolver um novo produto, ou atualizar um produto existente de acordo com as expectativas do mercado e respeitando-se as condições da produção, é uma atividade altamente complexa que requer a colaboração de profissionais experientes (como designers, engenheiros de produção, arquitetos, antropólogos, entre outros) e para isto não basta ter talento e capacidade criativa. É necessária, acima de tudo, uma atitude de respeito à cultura do artesão (MASCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 32).

No cenário do designer como funcionário do Ñandeva, essa intervenção teve uma influência mais significativa, pois, além de auxiliar na construção de um produto, fazia parte da função do profissional a decisão de certificar ou vetar um produto. Nesse sentido, nota-se um campo de embates, entre profissional, instituição e artesão(ã).

Como referido anteriormente, um dos objetivos do Programa Ñandeva é de “fortalecer a identidade Trinacional através da produção artesanal” (ÑANDEVA, 2013). Nesse caso específico, pensar uma identidade regional Trinacional envolve não apenas uma região territorial, mas três países, com contextos sociais e históricos diferentes. Dessa maneira, a noção de identidade proposta pelo Programa Ñandeva coloca-se de forma contraditória. Ao mesmo tempo em que busca fortalecer o fator Trinacional, a identidade dessa região, que reporta a uma perspectiva de identidade híbrida, visto que essa é composta por diferentes países e consiste em um espaço de diversas trocas, o Programa, ao mesmo tempo, cria e impõe o uso de elementos iconográficos, os quais

são considerados os representantes dessa identidade Trinacional. Importa neste momento problematizar esses fatores no discurso de identidade para o Ñandeva.

Segundo Hall (2011), as identidades abrangem múltiplas dimensões, podem ser reforçadas como resistência a processos de globalização e hegemonia, fortalecendo identidades locais ou em discursos homogeneizadores. Considerou-se, durante um período, os membros de uma sociedade como pertencentes a uma só cultura hegemônica, tendo uma única identidade distintiva e coerente: tratam-se dos discursos de identidade e cultura nacional. Hall (2011), ao questionar a homogeneidade das identidades nacionais, caracteriza-as, como um conjunto de práticas discursivas que produzem sentidos nos quais os sujeitos se identificam e constroem identidades. Tais sentidos estão envolvidos em processos de representação contidos nas histórias contadas sobre a Nação, nas memórias que conectam ao passado e nas imagens construídas.

No contexto brasileiro, o despertar nacionalista no Brasil ocorreu no período do Estado Novo, comentado por Ortiz (1998, p.43) como o momento em que se busca enunciar uma identidade nacional ligada a uma ideologia de trabalho como valor fundamental da sociedade brasileira, divulgada principalmente através da música enfatizando as belezas naturais, o espírito trabalhador e a miscigenação do brasileiro. Período também em que Foz do Iguaçu e parte da região Oeste do Paraná foram transformadas em um Estado Federal, devido a sua localização geográfica e a importância na construção da ideia de Nação.

Hall (2011) defende que, em vez de pensar as culturas nacionais como unificadas, deve-se pensar como “um dispositivo discursivo que representa as diferenças como unidade ou identidade” (HALL, 2011, p. 62); resultado de trocas culturais, considerando assim, todas as nações modernas híbridas culturais.

Corroborando esse pensamento, García Canclini (2015) nota que a visão singular e unificada consagrada por etnografias clássicas é pouco capaz de captar situações de interculturalidade. Para o autor, a interculturalidade se configura não apenas pelas diferenças, mas pelas maneiras desiguais com que os grupos se apropriam, combinam e transformam elementos de várias sociedades. Continuando seu argumento, o autor coloca que, com a circulação livre e frequente de pessoas, capitais e mensagens relacionadas cotidianamente com diversas culturas, “nossa identidade já não pode ser definida pela associação exclusiva a uma comunidade nacional” (GARCÍA CANCLINI, 2015, p. 131). Dessa maneira, o objeto de estudo não deve considerar apenas a diferença, mas a hibridação. Mesmo em setores populares, a identidade é migrante,

multiétnica, feita com elementos de várias culturas. Para García Canclini (2015) o estudo das identidades deve ser considerado como um processo de negociação, na medida em que são híbridas, dúcteis e multiculturais.

García Canclini (2013) entende por hibridação: os “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, combinam-se para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (GARCÍA CANCLINI, 2013, p. XIX). O autor entende estruturas discretas como o resultado de hibridações, não sendo consideradas fontes puras. As práticas sociais que geram novas estruturas a partir da hibridação, nem sempre são planejadas e são consideradas “o resultado do imprevisto de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional” (GARCÍA CANCLINI, 2013, p. XXII), sendo a hibridação fonte da criatividade individual e coletiva.

O Programa Trinacional Ñandeva (2008, p. 17) demonstra entender a identidade cultural como aquilo que diferencia uma cultura da outra.

Essa diferenciação é feita a partir da influência de alguns elementos principais: o idioma, a moral e a ética aceitos no lugar, os objetos, a religião, o folclore, a música, a culinária, as vestimentas e outras características praticadas coletivamente, assim como o clima, o solo, a fauna e a flora, capazes de distinguir um determinado grupo social dos demais. (CARNIATTO, CHEUNG E NÓBREGA, 2008, p. 17)

Ainda sob uma noção de diferenciação pura, o Programa se afasta da ideia de identidade híbrida, que se apresenta mais adequada ao tratar do contexto da região Trinacional. Por exemplo, ao especificar o idioma como uma diferenciação de identidade cultural, que contradiz a proposta de fortalecimento de uma identidade regional Trinacional, visto que nesse cenário estão inseridos sujeitos de três diferentes países que possuem idiomas diferentes: o português, o espanhol e o guarani.

Ao pensar as fronteiras, ponto que nos interessa neste estudo, García Canclini (2013) destaca as fronteiras entre países e cidades como contextos que condicionam os formatos, estilos e as contradições da hibridação. Para o autor, nos últimos anos, os fluxos e as interações que ocorreram nos processos globalizadores diminuíram fronteiras e alfândegas, assim como a autonomia das tradições locais, proporcionando mais formas de hibridação produtiva, comunicacional e nos estilos de consumo. A partir dessa concepção, é possível compreender a região Trinacional como híbrida, visto as trocas e relações culturais existentes entre processos globalizadores ou como o próprio trânsito geográfico entre países, que é constante.

Para Queiroz (2012, p. 105), o que o Ñandeva faz é negar a noção de fronteira, utilizando-se da expressão guarani, Ñandeva/Todos Nós/Todos Nossotros, como mediação temporal para afirmar a inexistência de fronteira, antes do processo de colonização pela Espanha e Portugal. Para a autora, a noção de fronteiras abertas surge como reconstrução de um tempo, anterior às reduções jesuítas.

Foi na busca de “fortalecer uma identidade Trinacional” que o Programa contratou Giulio Vinaccia¹⁷ para elaborar uma iconografia da região Trinacional para ser utilizada nos produtos artesanais. Trata-se de uma das primeiras intervenções do design em relação ao artesanato no Programa com a proposta de organizar uma memória coletiva da região. A criação do manual de iconografia da região Trinacional iniciou-se com um trabalho de campo que envolveu representantes do Ñandeva de cada país e os designers responsáveis pela elaboração do material. Foram visitadas 28 cidades, nos três países, identificando possíveis elementos característicos da região.

O processo de realização dessa iconografia é explicado resumidamente nas primeiras páginas do livro *Elementos de Iconografia das Três Fronteiras* (2007), ilustrado na Figura 10.

¹⁷ Giulio Vinaccia é *designer*, nascido em Caracas, filho de italianos, mudou-se para Milão em 1985, juntamente com seu irmão, atuou no Studio Vinaccia de 1997 a 2012. Realizou trabalhos no Brasil, financiado pelo SEBRAE e Ministério da Agricultura na interação e criação de novos produtos artesanais em Roraima, 1997/1998; Rio Grande do Norte, 1997; Brasília, 1996/1997 e Piauí, 2002. Da mesma forma, foi o responsável pelo mapeamento da identidade brasileira realizando manuais de iconografia financiados pelo SEBRAE em Pernambuco, 2001; Mato Grosso do Sul, 2002; Mato Grosso, 2002; Goiás, 2003; Brasília, 2012/2013; incluindo a criação da iconografia da região Trinacional (2007) realizado pelo Programa Trinacional Ñandeva, em parceria com o SEBRAE.



Figura 10: Processo Iconografia.

Fonte: Elementos de iconografia das Três Fronteiras, 2007, p.13.

Na primeira fase de trabalho de campo, foram efetuados registros fotográficos de locais, edificações, artefatos, documentos, animais e vegetações. As imagens realizadas foram encaminhadas ao escritório de Giulio Vinaccia em Milão – Itália para dar continuidade ao desenvolvimento das iconografias. Aqui, se faz uma breve reflexão de que esses deslocamentos, durante o processo, podem ter contribuído para as controvérsias acerca da criação das iconografias. Ao ser realizado por estrangeiros, o processo de desenvolvimento das iconografias traz as interpretações desses sujeitos a partir de suas práticas pessoais e o olhar eurocêntrico em relação ao que foi visualizado e vivenciado no período em campo. Nota-se, que durante todo o período de atuação do Ñandeva, houve a preocupação de destacar os profissionais estrangeiros que realizaram oficinas e idealizaram as iconografias. Essa opção pode estar relacionada à ideia que perpassa as próprias histórias do design¹⁸, escritas no período modernista, que impõe uma série de normas e restrições, reduzindo a definições do que é ou não design e de quem é ou não designer. Consolidando a ideia do design europeu e americano como precursores e detentores do verdadeiro conhecimento da área.

Na segunda fase do processo de desenvolvimento, a abstração, foram gerados elementos gráficos. Segundo o Ñandeva (2008), os ícones são resultantes da

¹⁸ Entende-se a partir de CARDOSO, Rafael. Uma introdução à história do design.

simplificação gráfica das imagens capturadas nas fotos, podendo ser apenas o detalhe ou o todo.

Na terceira fase, os ícones foram inseridos em uma simulação de aplicação 2D¹⁹, utilizando as cores da paleta, criada para o manual a partir de uma foto selecionada que resultou na escolha de nove cores. Da mesma forma, na fase 4, o livro propõe a simulação 3D em possíveis produtos.

Segundo a divulgação do manual, foi realizado um banco de imagens com aproximadamente cinco mil fotos que serviram de base para os 450 ícones criados (ITAIPU, 2007) e reunidos em dois livros de iconografia que totalizam 832 páginas. Para o Ñandeva a importância das pesquisas iconográficas se dá porque “resgatam e valorizam a cultura do território, tornando-se uma base de informações de fácil acesso e compreensão por parte do produtor e do consumidor” (CARNIATTO, CHEUNG E NÓBREGA, 2008, p. 17).

O Programa entende que, como elementos gráficos, os ícones podem ser adaptados e aplicados nos produtos artesanais. “Mais do que um simples elemento decorativo, pode tornar-se uma ferramenta útil para comunicar uma história além do objeto” (CARNIATTO, CHEUNG E NÓBREGA, 2008, p. 19). Desse modo, é possível interpretar o objetivo de construção de um manual de elementos iconográficos como a criação de um repertório a fim de ser reconhecido e compartilhado pelos artesãos como identidade regional. Esse “resgate” proposto pelo Programa pode ser percebido como a criação de uma tradição, uma estratégia discutida por Hobsbawn (2006). Para o autor, a tradição inventada é “um conjunto de práticas, (...) de natureza ritual ou simbólica, [que] visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado” (HOBSBAWN, 2006, p. 6). Tal concepção também retoma às discussões da criação de uma identidade nacional, comentada anteriormente.

Pouco se sabe sobre o processo de elaboração desses ícones, pois, como dito, foi um trabalho realizado unicamente pelo escritório do designer contratado. Com base na observação dos dois volumes do manual, algumas considerações são possíveis de serem feitas.

¹⁹ A aplicação em 2D, no caso do manual de iconografia, trata-se da simulação de uma estampa, com a repetição do ícone em um fundo utilizando as cores da paleta do manual. Já a aplicação em 3D trata-se da simulação de aplicação da estampa 2D em um objeto.

Primeiramente, nota-se que os ícones derivam de reduções gráficas de imagens. As imagens digitais são provenientes de fotografias realizadas em campo e que, posteriormente, tornam-se elementos gráficos, minimalistas, que, em muitos casos, perdem o significado esperado pelo Programa, de representante identitário. Visto que os ícones derivam das imagens, outro fator que compromete o manual é a falta de informação sobre a seleção das mesmas. Nota-se que a escolha não foi metodologicamente pensada durante o processo de elaboração, pois algumas imagens trazem referências diferentes das especificadas como o objetivo da iconografia. Além disso, o manual possui categorias que separam os ícones: arquitetura; reduções jesuítas; artes plásticas; turismo e geografia; cultura popular; nação guarani; fauna e flora; colonização. Não é possível compreender se essas categorias foram previamente pensadas para a elaboração da iconografia ou tratam-se apenas de uma setorização e distribuição dos ícones pelo manual. Não constam informações sobre os ícones, apenas título e o local da imagem que serve como base para o elemento gráfico.

Para exemplificar a dificuldade de compreender a formulação do manual de iconografias, a Figura 11 traz a página referente a um ícone realizado a partir de uma fotografia de um aviso na biblioteca pública de Guaíra.



Figura 11: Ícone 404.

Fonte: Elementos de iconografia das Três Fronteiras, 2007.

Esse chama a atenção por não reportar imediatamente à proposta de representação de uma identidade Trinacional. No entendimento do próprio Ñandeva, os ícones comunicam uma história, porém, no manual, essa história não está descrita ou explicada. Além disso, esse ícone não é reconhecido pelos(as) artesãos(as) na elaboração de produtos artesanais. Assim, ele se torna um dos tantos ícones que parecem não estar de acordo com o objetivo inicial do manual iconográfico.

As críticas ao livro de elementos iconográficos, percebidas nas falas dos sujeitos, durante pesquisa exploratória, referem-se às apontadas anteriormente e também quanto aos usos feitos pelos(as) artesãos(ãs), pois, muitas das iconografias reunidas no manual não são utilizadas nem percebidas como representantes da identidade Trinacional e não são adaptáveis ao uso do(a) artesão(ã) em sua técnica de trabalho, restando ao(a) artesão(ã) um número limitado de iconografias para utilizar.

Borges (2011) comenta a criação de um livro de Iconografia do Mato Grosso do Sul²⁰, de 2001, uma ação do SEBRAE no Estado que foi desenvolvida, também, pelo escritório de Giulio Vinaccia. A autora critica o resultado do manual e narra sua experiência com os(as) artesãos(ãs) locais que descreveram sua incapacidade de realizar trabalhos seguindo os ícones. Borges (2011, p. 144) acredita que o problema está no procedimento adotado que petrificou um trabalho de alguns dias como a identidade oferecida aos artesãos para que assumissem como sua. O levantamento iconográfico do Mato Grosso do Sul gerou uma exposição em Milão, em 2002, um livro em uma edição sofisticada, mas, para Borges (2011, p. 145), “não gerou resultados nem de longe proporcionais aos recursos investidos no projeto”. A autora traz, em seu livro, para colaborar com seu argumento, críticas de designers a esse tipo de proposta de livros de elementos iconográficos. Para Borges, “os livros, assim, se tornam *coffee table books* que enchem os olhos de quem folheia suas páginas, mas de utilidade zero nas comunidades. Sua relação custo-benefício é muito desfavorável”(BORGES, 2011, p.145).

Em outra perspectiva, Queiroz (2012, p. 106) acredita que a adoção de uma iconografia para orientar a ação criativa é uma metodologia que surge da separação sujeito-natureza, mas que, no caso do Ñandeva, o sentido de integração é mais forte. A autora considera que embora a visão estereotipada da iconografia seja questionável, o papel que ela cumpriu no Ñandeva foi “sensivelmente distinto do que poderia ser uma homogeneização dos ícones da região missioneira”. A autora defende e justifica estar na fala de artesãos(ãs) que a iconografia foi apropriada pelos sujeitos como modo de compreender sua criatividade e a região, sendo, portanto, um disparador criativo. E, em uma definição um tanto quanto generalizada, resume essas ações iconográficas: “Em outras palavras, o sentido inclusivo da comunidade criou uma articulação de modo que

²⁰ O livro de Iconografia do Mato Grosso do Sul (2001) foi realizado seguindo a mesma metodologia descrita para o livro Elementos de iconografia das Três Fronteiras (2007). Sendo, Fase 1 estudo de campo, Fase 2 abstração, Fase 3 aplicação em 2D e Fase 4 aplicação em 3D.

o Ñandeva pode considerar-se um exemplo da relação entre design e artesanato da América Latina” (Queiroz, 2012, p. 106).

Como sequência à ação de desenvolvimento do manual, foram organizadas oficinas com designers para preparar os(as) artesãos(ãs) para a utilização da iconografia. Cada artesão(ã) que participava das atividades do Ñandeva recebeu os dois volumes do manual de iconografia e, nas oficinas, teve um acompanhamento para aplicar os ícones em seus produtos, como comenta Mognol:

Eu participei da oficina de iconografia quando a gente recebeu o livro para adaptar nos nossos produtos. (...) Nessa oficina foram vários designers, não foi um. Era aquela coisa assim, a conversa entre artesão e designer. Então eles dividiam os grupos, por exemplo: grupo da madeira, fios e tecidos, fibras, joalheria, grupo da cerâmica, como eu fazia porcelana acabei caindo na cerâmica (MOGNOL, 2015).

Inserir a iconografia nos trabalhos tornou-se exigência para obter a certificação de um produto da marca Ñandeva. A criação da marca de produtos Ñandeva foi uma consequência das atividades do Programa, tendo como foco o mercado turístico da região. Essas questões pontuais relacionadas à marca e à comercialização desses artefatos serão retomadas e desenvolvidas no decorrer do texto.

O Programa Ñandeva não se posicionou em nenhum momento quanto às críticas em relação ao manual de Elementos de iconografia das Três Fronteiras mas, há indícios de que está ciente delas, tanto que, em uma nova tentativa de “fortalecer identidades”, foram realizadas Oficinas Criativas em nove municípios e em três comunidades indígenas²¹. Atividades entre designers e artesãos(ãs), de maneira participativa, permitiram a identificação de características locais e a criação de uma coleção de produtos artesanais de cada município, os quais o Programa chama de identidades locais. O resultado dessa ação, realizada apenas no lado brasileiro do Ñandeva, foi publicado no livro “O Sol é Lindeiro” (2011). O livro mostra as coleções das cidades e a coleção feita com as comunidades indígenas, além de apresentar os novos ícones e contar um pouco da história de cada local. Notou-se, durante a pesquisa exploratória, que os objetos, juntamente com as iconografias formadas nessa ação, foram incorporadas pelos artesãos(ãs) e foram aplicadas em produtos que encontram-se expostos nas lojas.

²¹ As Oficinas Criativas ocorreram nos municípios de: Foz do Iguaçu, Guaíra, Itaipulândia, Pato Bragado, Marechal Cândido Rondon, Medianeira, Mercedes, Santa Helena e Santa Terezinha de Itaipu, também nas comunidades de Ocoy, Añetete e Itamarã.

Como forma de posicionamento e afirmação, o Ñandeva divulga suas atividades e seu discurso através de publicações e livros. Além dos já citados, o livro “Elementos de Iconografia das Três Fronteiras” (2007); “Artesanato e Identidade Cultural” (2008) e “O Sol é Lindeiro” (2011) também existem as edições:

1. Ñandeva, Todos Nós, Todos Nossotros (2010) trata-se de um catálogo que apresenta uma coletânea de produtos da marca Ñandeva, a edição comemora os quatro anos do Programa e sua atuação nos três países (Brasil, Paraguai e Argentina). Nele são expostas algumas informações sobre o Programa, além de apresentar conceitos de artesanato, de diversidade, informações sobre as matérias-primas dos produtos e também sobre a cultura Guarani.

2. Ñandeva - 6 anos de história 2006 - 2012 (2013) é um relato da trajetória do Programa Ñandeva e marca a transição da coordenação do Programa. Nele são apresentados os produtos da marca, os eventos em que houve participação, os prêmios recebidos, as publicações, as oficinas realizadas, os profissionais que participaram das ações, além de comentar seus objetivos e principais conceitos.

3. Pró-Artesão - Programa de Desenvolvimento para Empreendedores Criativos (2012): um catálogo com a intenção de registrar os resultados do curso Pró-Artesão. O curso foi uma parceria do PTI e SEBRAE com a intenção de desenvolver competências de gestão profissional e de carreira do(a) artesão(ã), tratando-se de um curso de formação com 85 horas/aula divididas em consultorias individuais e capacitação coletiva. O catálogo apresenta um perfil dos(as) artesãos(ãs) que finalizaram o curso.

O Programa, durante seus anos de atuação, realizou oficinas de capacitação para artesãos(ãs) da região, ofereceu consultorias aos interessados, promoveu encontros entre os(as) artesãos(ãs) dos países envolvidos e visitas técnicas a feiras e exposições, além de oferecer atividades de apoio às associações e cooperativas da região. Tais ações ocorreram até 2013. A partir de 2014, o Programa parou suas atividades, visto que passa por uma reestruturação, mantendo-se em sua estrutura física, mas não mais com a equipe de trabalho original, tendo apenas a Coordenadora como funcionária responsável. Isso não interfere nas ações dos(as) artesãos(ãs) da região que continuaram produzindo e comercializando os produtos da marca Ñandeva. A modificação ocorreu nas formas de obtenção da certificação e na ausência de orientações e oficinas de capacitação, por isso, importa compreender como se organizam os artesãos(ãs), filiados ou não a instituições como a cooperativa COART.

3.4 A COART- COOPERATIVA DE ARTESANATO DO OESTE E SUDOESTE DO PARANÁ.

Neste item apresenta-se a COART, uma Cooperativa regulamentada pela Lei 5.764, de 16 de dezembro de 1971 e que entende cooperativa como uma associação de no mínimo vinte pessoas, com interesses comuns, economicamente organizada de forma democrática, que conta com a participação livre de todos os seus cooperados, aos quais presta serviços, sem fins lucrativos.

A Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná, a COART, foi criada em 1978, por 28 artesãos(ãs) de diferentes cidades: Foz do Iguaçu, Cascavel, Toledo, Guaíra, Marechal Cândido Rondon, Palotina e São Miguel do Iguaçu. A organização da Cooperativa é definida por diferentes sujeitos como uma ação conjunta da Itaipu Binacional com outras instituições, como as prefeituras dos municípios. Na ata de criação da Cooperativa consta que participaram da assembleia de criação artesãos(as) representantes do Sindicato Rural, da Associação Comercial e Industrial de Foz do Iguaçu, do Instituto de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), da imprensa local, da Universidade Federal do Paraná, um vereador da cidade de Matelândia, além de diversos representantes da Itaipu Binacional dos setores de coordenação de serviço social e diretoria administrativa da empresa Itaipu.

Segundo a ata de criação da Cooperativa, seus objetivos iniciais prescreviam defender os(as) associados(as) por meio de ajuda mútua, vender a produção dos artesãos da região, além de divulgar o artesanato regional, procurando aumentar o turismo. A Cooperativa também teve por objetivo aproveitar e aprimorar técnicas de artesãos(ãs) para criar um mercado de trabalho rentável, assim como utilizar matéria prima encontrada na região. Outros objetivos citados na ata de criação eram: ocupar a mão de obra ociosa, especialmente a do menor, oferecendo uma profissão; aumentar o conhecimento das artes, artesanato e história da região, fazendo uma reconstituição da cultura indígena local e divulgar, assim, pesquisas arqueológicas e históricas feitas na região. Esses últimos objetivos destacavam-se por apresentar propósitos que estão além dos tradicionalmente buscados pelos artesãos, como a cooperação e a comercialização de produtos, pois objetivavam ações para além do grupo de associados, sugerindo estender para a sociedade. Vale lembrar que, no período de criação da Cooperativa, a Itaipu Binacional finalizava a primeira etapa de execução da hidrelétrica, mudando o curso do Rio Paraná. Ações efetivadas durante a construção da usina geraram uma série

de consequências, já citadas anteriormente, como o crescimento demográfico da cidade de Foz do Iguaçu e região e, posteriormente, as desapropriações. Portanto, presume-se que a criação da Cooperativa poderia ser uma estratégia pensada e organizada por instituições com interesses políticos.

É possível observar, a partir da fala de Nilse Mognol, que essa não foi a única estratégia da Itaipu Binacional durante a construção da usina. A Itaipu criou Vilas (Vila A, Vila B e Vila C) com casas que eram fornecidas aos trabalhadores que chegavam a Foz do Iguaçu para trabalhar na construção da hidrelétrica. Mognol comenta que, ao mudar de cidade, depois de morar um período na Área 2 (Paraguai), seu marido foi transferido para Foz do Iguaçu e, assim, foram viver na Vila C. Lá, assim como ela, existiam muitas mulheres que não trabalhavam fora de suas casas. A interlocutora refere-se a um trabalho remunerado em uma empresa, pois essas mulheres dedicavam-se exclusivamente aos serviços domésticos e à família.

Então, para ocupar essa mulherada, eles ((Itaipu)) faziam de tudo. Eles começaram a colocar cursos de artesanato, de culinária, de várias coisas, assim, dentro de um Centro Comunitário da Vila que a Itaipu criou. Eu não fui pra nenhum desses de culinária, porque eu nunca gostei de cozinha, mas os de artesanato, eu fiz todos! (MOGNOL, 2015).

Assim, a Itaipu incentivou a prática do artesanato para essas mulheres e, estrategicamente, com a criação da Cooperativa, propôs a formalização da venda dessa produção.

Em 1996, a COART foi reconhecida pela Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu como Utilidade Pública, declarada como uma entidade civil que presta serviços de interesse para toda a coletividade, de acordo com o seu objetivo social. Assim, a Cooperativa tornou-se isenta de tarifas públicas como IPTU, ISS, além de poder receber auxílio financeiro do Poder Público.

Tendo sua sede situada, desde sua formalização, no centro de Foz do Iguaçu, a COART teve o espaço cedido pela Prefeitura Municipal em área que foi desapropriada para a construção de uma das principais avenidas da cidade, a Avenida Juscelino Kubitschek, esquina com a Rua Quintino Bocaiúva.

A infraestrutura da COART contempla uma sala de comercialização, onde estão expostos os produtos e onde fica a secretaria da Cooperativa. Em outras edificações, há uma sala de reuniões e uma casa onde vive um dos artesãos associados, o senhor Clodomiro, um dos fundadores da Cooperativa que já foi diversas vezes presidente e

que ainda participa de decisões dentro da COART. Com o decorrer do tempo, a Cooperativa ampliou seu espaço, construindo um barracão onde existem duas salas para oficinas. Atualmente, a COART está buscando a concessão definitiva dos espaços da sede. *“A gente está batalhando por esse terreno aqui. Para conseguir a concessão. Vai dar 37 anos agora em agosto que estamos nesse ponto. Então, assim, o pessoal já conhece: -Ahh lá onde tem a COART! - Lá onde têm cursos!”* (MOGNOL, 2015).

A Cooperativa investiu no barracão da sede para oferecer cursos. Mognol explica que a Cooperativa é lembrada pelos moradores da cidade como um local que proporciona cursos de artesanato. Durante o período da pesquisa, foi possível acompanhar o andamento de alguns, como, o de corte e costura, que acontece há mais tempo e ocupa uma das salas do barracão, além dos de desenho e pintura, artesanato em tecido e tecelagem. Os cursos são oferecidos pela Cooperativa, podendo ser ministrados por artesãos(ãs) associados ou outros vindos de fora. Nota-se que o objetivo dos cursos não é apenas de formar artesãos(ãs) ou capacitá-los, a intenção é proporcionar o aprendizado de alguma técnica, artística ou artesanal à comunidade da cidade e região que tiver interesse, seja como uma ocupação secundária, passatempo ou capacitação profissional. A importância dos cursos para a COART está no fato de divulgá-la perante a comunidade, proporcionar um rendimento através das matrículas ou aluguel dos espaços e também para atrair novos associados.

A COART, em 2014, participou do edital de Ponto de Cultura²² do Ministério da Cultura e foi certificada como um Ponto de Cultura na cidade de Foz do Iguaçu. A Cooperativa sempre participa de editais de ações de políticas públicas ligadas a entidades governamentais. A atual administração da COART vê a participação em ações como uma forma de divulgação da Cooperativa, principalmente, como uma possibilidade de auxílio no desenvolvimento da instituição. Com a certificação de Ponto de Cultura e o acordo com a prefeitura, a COART é responsável por cursos oferecidos às crianças, no contra turno, nos cinco Centros de Convivência da cidade e, uma vez na semana, na sede da Cooperativa. Os cursos do Ponto de Cultura foram organizados e são ministrados por artesãs associadas. O desenvolvimento dessas atividades está focado na participação efetiva das crianças, com aulas de artesanato com material reciclado, objetivando o trabalho manual na criação de objetos.

²² Uma ação financiada e apoiada pelo Ministério da Cultura e implementada por Estados e Municípios e até entidades não governamentais, com o intuito de realizar ações de impacto sociocultural em comunidades (MinC, 2015).

Em 2004, a Cooperativa foi convidada a participar de ações oferecidas pela Itaipu Binacional, o Artesanato do Lago e o Ñandeva. Desde 2006, a COART e seus(uas) artesãos(ãs) participam das ações do Programa Trinacional Ñandeva, participando de cursos de capacitação e tendo orientações de adequações de seus produtos e uso de iconografias para o mercado turístico.

Em 2008, a Cooperativa assinou um contrato com a Fundação Parque Tecnológico de Itaipu, através do qual compromete-se a realizar a comercialização dos produtos da marca Ñandeva. Tal acordo aconteceu devido a uma norma interna da FPTI que não autoriza a comercialização de bens materiais, apenas serviços. Dessa maneira, os produtos que foram sendo feitos com a marca Ñandeva não teriam como serem vendidos em pontos de comércio pela administração do Programa. Assim, a COART se responsabiliza pelo processo de comercialização dos produtos, sendo a gestora dos pontos de venda da marca e, dessa maneira, a relação entre Cooperativa e Programa Ñandeva torna-se constante, tendo esta pesquisa a intenção de aprofundar-se nessas trocas.

Atualmente, a COART coordena a sua própria loja em sua sede, além da loja Ñandeva no Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu. Sobre as lojas, comenta-se mais no Capítulo 4. A COART também participou, durante muitos anos, de feiras pela cidade. Nos últimos anos, auxilia o artesão, individualmente, a se organizar para participar de feiras como a Feira de Artesanato e Alimentos de Foz do Iguaçu (FARTAL), que acontece nos dias próximos ao feriado de aniversário da cidade, 10 de junho, e outras feiras de fim de ano.

Hoje, a Cooperativa atende aproximadamente 72 cooperados, sendo em sua maioria mulheres. Cada artesão(ã) trabalha em seu próprio atelier, oficina ou casa, contando muitas vezes com o apoio de familiares e ou parceiros(as) em sua produção. Esses(as) artesãos(ãs), em sua maioria, fazem parte dos municípios da região Oeste, principalmente dos municípios Lindeiros, localizados em torno ao Lago de Itaipu, incluindo três comunidades indígenas: *Itamarã*, *Anenette* e *O'coy*.

Mognol comenta que a COART já teve mais associados(as) e de diferentes municípios, tanto da região Oeste quanto da Sudoeste e que, atualmente, são poucos os artesãos(ãs) dessas regiões, concentrando mais nos moradores(as) de Foz do Iguaçu.

Da região, hoje em dia, eles estão lá com a associação deles, já não estão trazendo mais. E assim, quando era da região, no começo, que a Itaipu pôs o nome Da Região Oeste e Sudoeste, a Itaipu colocava um carro para passar e

recolher esse produto. Como tudo, uma instituição, ela aposta um tempo e depois, ela acha que você vai dar conta do recado sozinha, né? (MOGNOL, 2015).

Nota-se a preocupação da Cooperativa em auxiliar os(as) cooperados(as) na comercialização de sua produção, de diferentes maneiras. Braga reitera os objetivos atuais da Cooperativa. “*Os objetivos da COART são: comercializar os produtos que os artesãos criam, auxiliar esses cooperados a aprimorar suas técnicas, enfim comercializar, divulgar, auxiliar (...) Na verdade é criar essa força entre artesãos e dar resultado financeiro*” (BRAGA, 2015). É possível perceber também que a Cooperativa segue os discursos e conceitos das ações realizadas pela Itaipu e SEBRAE, em especial os conceitos de artesanato e de identidade, como apresentados pelo Programa Trinacional Ñandeva.

A COART tinha como suas representantes, na época da pesquisa, em 2015, Nilse Mognol, presidente e Dircéia Braga, vice-presidente. A Cooperativa conta ainda com um conselho fiscal e outros(as) artesãos(ãs) envolvidos(as) na coordenação. Também possui uma equipe de funcionários(as), composta por uma secretária que permanece na sede, sendo responsável por ações relativas à Cooperativa como os cursos e as atividades ligadas aos associados, emissão de notas e pagamentos. Já na loja do Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu existe outra secretária, que é responsável exclusivamente pelo funcionamento da loja Ñandeva, realizando compra e venda de produtos, emitindo notas e coordenando as vendedoras da loja, também funcionárias da COART, que são no mínimo cinco.

Para concluir a apresentação deste universo da pesquisa, no qual estão inseridas as instituições estudadas, como estas são formadas e se organizam, exhibe-se uma linha do tempo. Nela, apresenta-se fatos em seus determinados períodos de realização, dando assim, uma visão mais ampla ao leitor(a) das relações dos eventos entre as instituições pesquisadas para, então, passar ao Capítulo 4, no qual são cartografados espaços, artefatos e sujeitos da pesquisa, a fim de aprofundar o entendimento dessas relações e realizar estratégias de análise.

Linha do Tempo

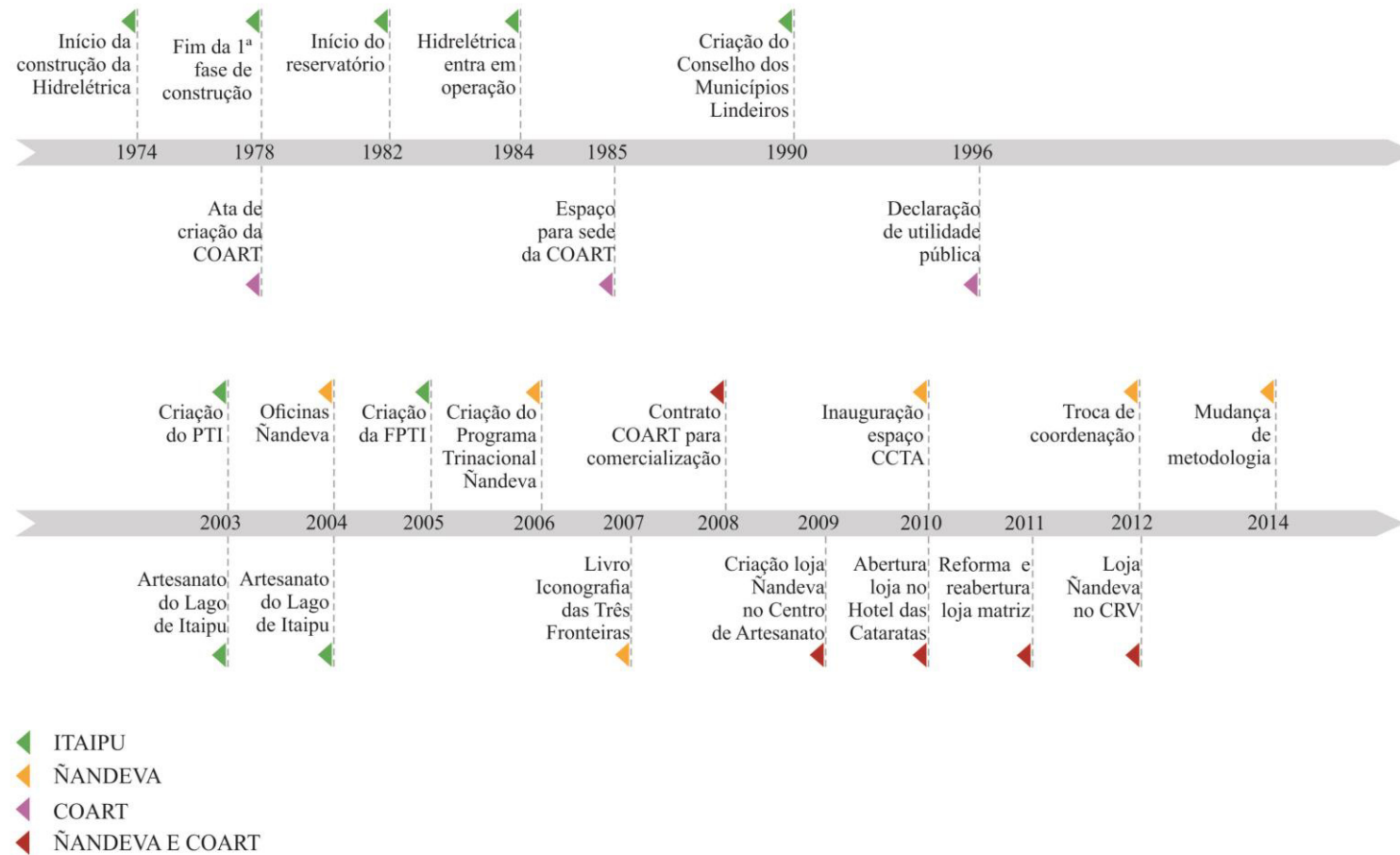


Figura 12: Linha do tempo.
 Fonte: Da autora, 2015.

CAPÍTULO 4

CARTOGRAFIAS DE ARTEFATOS E SUJEITOS



Fonte: A autora, dez. 2015.

4 CARTOGRAFIAS DE ARTEFATOS E SUJEITOS

Este capítulo apresenta ao leitor(a) as cartografias dos caminhos realizados durante os períodos em campo, na tentativa de identificar os movimentos dos artefatos artesanais, visualizando as relações sociais, as mediações e as possíveis estratégias existentes entre os sujeitos e as instituições. Para a realização desta seção serão apresentados os procedimentos de coleta de dados: os diários de campo, os registros em imagens, as narrativas das interlocutoras, os mapas construídos através da observação da pesquisadora e como construiu-se o diálogo entre esses.

Novamente, utiliza-se dos relatos em primeira pessoa, pois esses são representações de formulações e reformulações da experiência vivida ao andar pela cidade de Foz do Iguaçu, observar os sentidos, ouvir as vozes de sujeitos, sendo esses turistas, moradores(as), artesãos(ãs) ou representantes de instituições. Inspirada pelo que sugere García Canclini “Não atuamos na cidade só pela orientação que nos dão os mapas ou o GPS, mas também pelas cartografias mentais e emocionais que variam segundo os modos pessoais de experimentar as interações sociais” (GARCÍA CANCLINI, 2008, p.15).

Durante a pesquisa exploratória, além das lojas COART Matriz e Ñandeva, circulei por outros espaços de comercialização de artefatos artesanais em Foz do Iguaçu. Iniciei pela Loja das Cataratas, que fica no Centro de Visitantes do Parque Nacional do Iguaçu (PNI). A loja do Centro de Visitantes é a principal do Parque Nacional; existem, ainda, outras duas: uma no Espaço Naipe e outra no Espaço Porto Canoas, não visitadas durante a pesquisa. Nesse primeiro momento, não tive permissão de registro fotográfico e apenas observei os produtos.

Retornei ao Parque Nacional do Iguaçu, no dia seguinte, em uma nova tentativa de observar a circulação de pessoas e registrar imagens. Logo na chegada, foi possível verificar o espaço de compra e retirada de ingressos para visitação, à frente da Loja das Cataratas (Figura 13).



Figura 13: Centro de Visitantes Parque Nacional do Iguaçu.
Fonte: A autora, abr. 2015.



Figura 14: Loja Principal do Parque Nacional do Iguaçu.
Fonte: A autora, abr. 2015.

Por tratar-se de um dia ensolarado, o fluxo de turistas era constante no Centro de Visitantes e na Loja. A recepção nesse dia foi diferente, sendo possível circular pelo espaço e observar com calma os produtos comercializados. Tive autorização para fazer fotos do local e, ao conversar com a gerente da loja, esta me mostrou o espaço reservado aos produtos artesanais da região, dispostos em dois expositores. A vendedora lamentou a pouca quantidade de produtos artesanais na loja, alegando a insuficiência de artesãos(ãs) na região e sinalizou que o estabelecimento se adéqua a critérios exigidos pelo Instituto Internacional de Pesquisa e Responsabilidade Socioambiental Chico Mendes de comercializar apenas produtos artesanais locais, justificando, assim, a retirada de produtos artesanais de outras regiões do Brasil, que eram comercializados ali há pouco tempo.

Outro espaço turístico importante, o Parque das Aves, localiza-se próximo ao Parque Nacional do Iguaçu. Fui até lá para visitar a loja que está ao final do percurso realizado pelo turista. Ao me apresentar como pesquisadora, para realizar observações e fazer registros de imagens, não tive o acesso permitido. Estando ao lado de fora, pude notar que, próximo à entrada do Parque das Aves, no estacionamento, acontecia uma concentração de vendedores comercializando *souvenires*, roupas e chapéus, observados na Figura 15. Da mesma forma, indígenas da região comercializavam produtos artesanais e alguns industrializados.



Figura 15: Comercialização próxima ao Parque das Aves.
Fonte: A autora, abr. 2015.

No caminho de volta ao centro da cidade de Foz do Iguaçu, pela Avenida das Cataratas, parei no Centro de Artesanato, um local construído e mantido pela Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu, mostrado na Figura 16. Esse espaço foi mencionado diversas vezes em conversas informais com as interlocutoras, pois ali existiram lojas tanto do Ñandeva como da COART, que foram fechadas.



Figura 16: Centro de Artesanato.
Fonte: A autora, abr. 2015.

Ao chegar, uma placa indicava o local como Centro Municipal de Turismo, um ponto para informações turísticas e, naquele momento, estava fechado. Dentro da estrutura principal, haviam placas que indicavam outras secretarias municipais que ocupavam a maior parte do espaço. Logo à frente, existe entrada para duas lojas que continuam no espaço, uma de produtos artesanais, de diversas regiões do país e outra exclusiva de acessórios e objetos em pedras. Na Figura 17, é possível visualizar a loja de artesanatos variados e na Figura 18 a vitrine da loja que vende artefatos em pedras. Lá conversei com uma funcionária da loja que confirmou o pequeno fluxo de pessoas pelo espaço e comentou que os artefatos ali comercializados são provenientes de diferentes estados do país, que nem ela saberia especificar ao certo quais produtos e seus locais de origem.



Figura 17: Loja de Artesanato.
Fonte: A autora, abr. 2015.

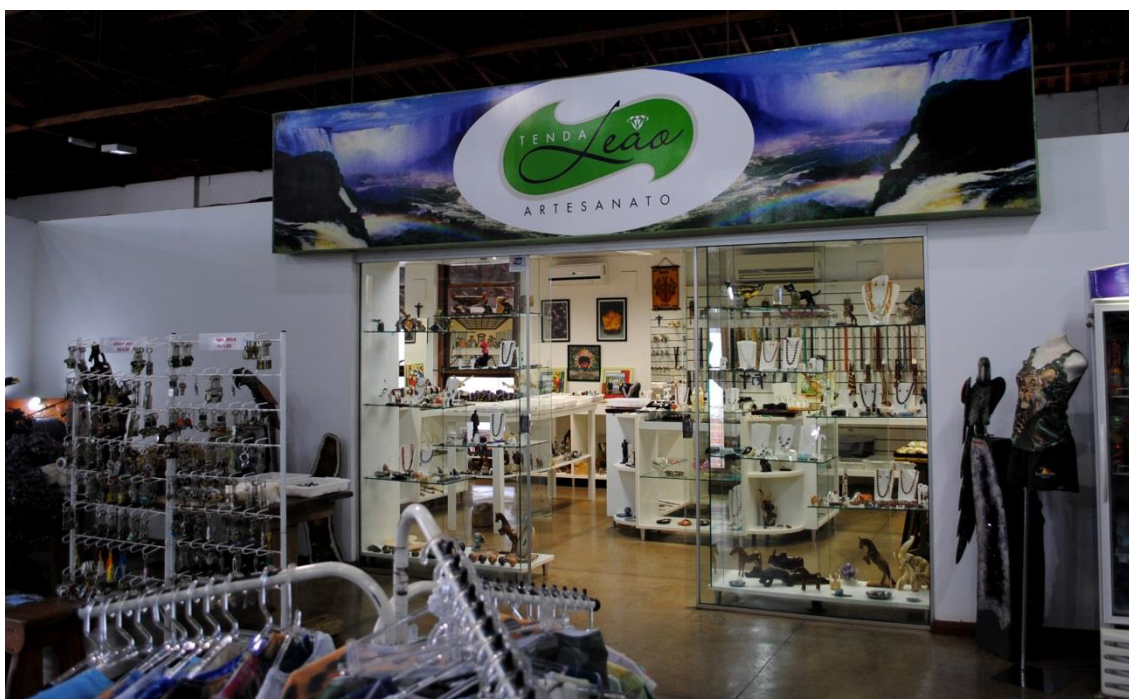


Figura 18: Vitrine de loja de artesanato.
Fonte: A autora, abr. 2015.

O último ponto de vendas de artesanato que considerei importante conhecer foi uma loja também na Avenida das Cataratas chamada de Chocolates e Artesanato, local citado algumas vezes pelos sujeitos dessa pesquisa. Ao chegar, notei a dimensão do

local, maior que todos os outros visitados e o volume de produtos a serem vendidos, também maior que os demais locais. Nesse espaço, chamou-me a atenção a variedade de artefatos artesanais, por tratarem-se de artefatos de outras regiões do Brasil e, inclusive, de outros países. Para esse local não foram realizados registros fotográficos, por não ter sido contatada alguma pessoa previamente.

Apresentada a aproximação com os espaços que constroem este capítulo, considera-se importante trazer algumas abordagens conceituais na perspectiva da cultura material.

Pretende-se nas estratégias de circulação dos artefatos artesanais dar dimensão às práticas sociais, para isso, utiliza-se como base conceitual a obra *A vida social das coisas*, na qual Appadurai (2008) reúne uma seleção de textos de autores que partem da ideia de consumo como fato social. Aqui, nos interessa em especial o seu diálogo com Kopytoff (2008), evidenciando que mercadorias têm histórias de vida. Os assuntos discutidos por esses autores auxiliam a problematizar o contexto humano e social nos movimentos das coisas.

Para Appadurai (2008), os significados das coisas estão inscritos em suas formas, seus usos e trajetórias. Nesse sentido, interessa perceber que os modos de interação das coisas criam um valor econômico em situações sociais específicas. O autor propõe uma abordagem de mercadoria a partir da observação do potencial mercantil de todas as coisas, considerando todo o contexto de produção, troca, distribuição e consumo.

Dessa forma, Appadurai sugere que a situação mercantil na vida social de qualquer coisa seja definida como “a situação em que sua trocabilidade por alguma outra coisa constitui seu traço social relevante” (APPADURAI, 2008, p. 27). Logo é importante destacar a noção de fase mercantil, na qual, certas coisas transitam dentro e fora do estado de mercadoria. Para Kopytoff, a mercadoria é “algo que tem valor de uso e que pode ser trocado por uma contrapartida numa transação descontínua, sendo que o próprio fato da troca indica que a contrapartida tem um valor equivalente, dentro do contexto imediato” (KOPYTOFF, 2008, p. 95), podendo essa ser uma troca direta ou indireta, mediante “a dinheiro” ou, no aspecto de economias não-monetárias, por outra mercadoria.

Kopytoff (2008) entende a mercantilização como um processo de transformação, que reside na interseção de fatores temporais, culturais e sociais. Corrêa (2010, p. 56)

exemplifica o movimento de mercantilização fazendo referência a Stallybrass²³ ao retomar a ideia das casas de penhor da Inglaterra de 1800. Nessas, a construção do circuito de mercadorias consiste em, ao receber objetos pessoais “(objeto-como-memória)”, retirar qualquer marca pessoal e inserir um valor econômico ao recolocar estes objetos em circulação, convertendo-os em objetos mercadoria.

Kopytoff (2008) descreve ainda o processo inverso, de singularização, entendendo esse como algo que resiste à mercantilização, sendo que, em alguns casos, pode tratar-se de coisas que normalmente são mercadorias, mas, são singularizadas por serem retiradas da sua usual esfera mercantil. Transformado em não-mercadoria, sem monetarização de valor, podendo tratar-se de objetos de memória, obras de arte ou aqueles que envolvem a sacralização do objeto.

Nesse contexto, Appadurai aponta para o que compreende como um aspecto significativo na perspectiva temporal sobre mercantilização das coisas, o fluxo de mercadorias, que se trata de um acordo oscilante entre as rotas socialmente reguladas e os desvios competitivamente motivados. O desvio envolve a “remoção calculada e “interessada” de coisas em uma zona *encaixada* para alocá-las em uma zona onde a troca é menos limitada e mais lucrativa, num sentido de curto prazo” (APPADURAI, 2008, p.42). O desvio visa atrair coisas protegidas para o circuito da mercantilização, normalmente atende ao interesse de grupos e é um recurso do indivíduo empreendedor. Para Appadurai (2008), os desvios só são dotados de significado quando relacionados às suas rotas. Sendo importante observar a vida social de mercadorias, definindo as rotas relevantes e costumeiras, para que os desvios possam ser entendidos de modo apropriado e relacional.

Appadurai (2008) demonstra que os fluxos mercantis são o resultado de complexas interações entre sistemas de demandas locais politicamente mediadas. Para o autor, a política que compreende relações, suposições e disputas de poder, vincula valor e troca na vida social das mercadorias. Appadurai (2008, p. 78) trata o político, nesse processo, como a tensão entre quadros de preço, barganha e a tendência das mercadorias romperem esses quadros, pois nem todas as partes compartilham dos mesmos interesses em qualquer regime específico de valor ou em determinada troca.

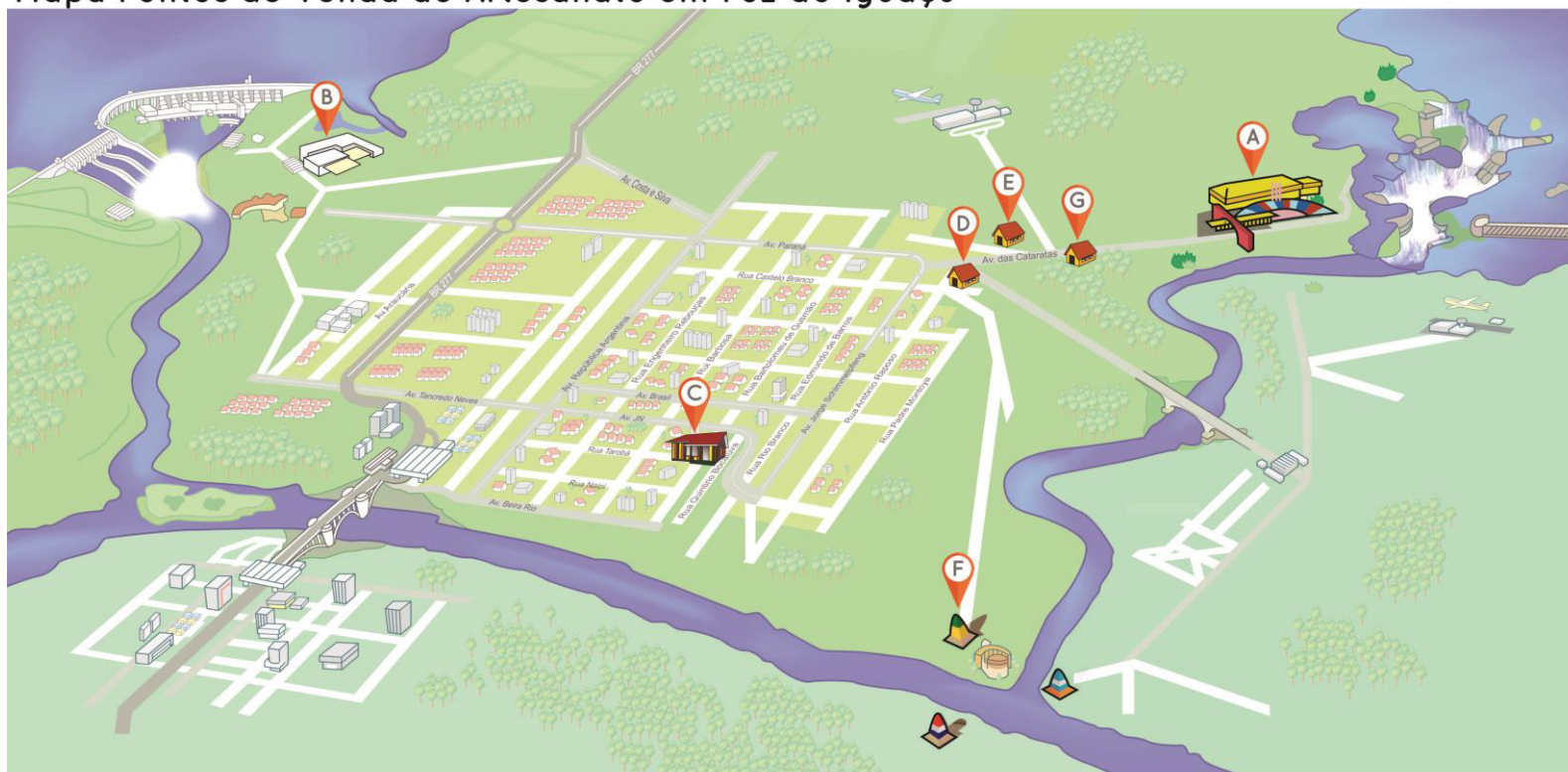
Essas definições auxiliam a compreender os fluxos realizados nas trajetórias dos artefatos, percebendo suas materialidades como também suas mediações, que aqui são

²³ STALLYBRASS, Peter. **O Casaco de Marx**: roupas, memória e dor.

mapeados objetivando cartografar caminhos, formas de visualização e circulação de significados. Foi a partir de conversas com as interlocutoras que foram apontados os principais pontos de venda de artesanato em Foz do Iguaçu, demonstrados através de um mapa²⁴ (Figura 19), identificando quais são e onde estão localizados esses pontos de vendas na cidade. Com o auxílio do mapa, é possível visualizar as trajetórias realizadas pelos artefatos. Ao demonstrar os pontos de comercialização, inicia-se o processo de cartografar os espaços por onde circulam os turistas e, em seguida perceber o fluxo das mercadorias em suas rotas recorrentes e também visualizar as possibilidades de desvios. Essas trajetórias e desvios podem ser percebidos nos espaços, pois ao acompanhar os modos de interação das coisas, as trocas, os fluxos, é possível perceber a vida social dos artefatos.

²⁴ O mapa foi baseado e adaptado em um mapa fornecido aos turistas por uma associação de hotéis da cidade de Foz do Iguaçu.

Mapa Pontos de Venda de Artesanato em Foz do Iguaçu



- A - Centro de visitantes Parque Nacional do Iguaçu
- B - Centro de Recepção de Visitantes do Itaipu
- C - Coart - Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudeste do Paraná
- D - Centro de Artesanato de Foz do Iguaçu
- E - Loja Artesanato e Chocolate caseiro
- F - Marco das Três Fronteiras
- G - Parque das Aves

Figura 19: Mapa Pontos de venda de artesanato.
Fonte: Da autora, 2015.

4.1 CARTOGRAFANDO AS LOJAS ÑANDEVA E COART MATRIZ

Durante o período da pesquisa, a Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná se apresentava como a responsável pela comercialização dos produtos da marca Ñandeva, devido a um acordo realizado perante contrato com a Fundação Parque Tecnológico de Itaipu, iniciado em 2008. Dessa maneira, Programa e Cooperativa iniciaram uma relação mais intensa, o que neste item será demonstrado através das narrativas e das cartografias.

Como exposto anteriormente, a aplicação da iconografia é uma das exigências para tornar os trabalhos dos artesãos(ãs) produtos da marca Ñandeva. Milioli, coordenadora do Programa, explica que mesmo com a autenticação da marca os artesãos(as) não conseguiam comercializar seus produtos.

Percebeu que eles não conseguiam fazer o escoamento dos produtos deles e o PTI no seu estatuto não pode comercializar produtos, somente serviços. Daí para fazer essa comercialização, para viabilizar isso, foi feito uma parceria no final de 2008 com a COART, Cooperativa. (MILIOLI, 2015)

Milioli aponta ainda, que nesse momento iniciou-se a parceria entre as instituições, explicando a razão pela qual a COART foi escolhida, além de comentar como foi organizada a estratégia para a comercialização.

E porque foi feito com ela? Porque ela é uma cooperativa da região (...) é Cooperativa do Oeste e Sudoeste do Paraná, então, não são só artesãos aqui de Foz que estão na Cooperativa. Por isso que ela foi escolhida pra fazer a parceria. A relação começou com isso, para eles fazerem a parceria, fazerem a comercialização. Então, os artesãos vinham até o projeto, eram atendidos e na hora que eles tinham os produtos certificados, eles iam para a COART, se filiam à cooperativa e daí começam a comercialização dos produtos deles (MILIOLI, 2015).

Assim, tornou-se uma exigência para os(as) artesãos(ãs) que participaram de oficinas e cursos do Programa Trinacional Ñandeva e que receberam a certificação em seus trabalhos de produtos Ñandeva filiarem-se à COART para comercializar seus produtos. Como a Cooperativa possuía um histórico de vários anos de funcionamento, alguns dos artesãos(ãs) já eram cooperados(as) quando participaram das ações do Ñandeva, mas, com essa estratégia, a COART recebeu novos cooperados(as). Logo que o acordo de comercialização foi instaurado entre as instituições, medidas foram tomadas para que a venda dos produtos Ñandeva ocorresse de fato e, assim, novos espaços de

comércio foram abertos para serem administrados pela Cooperativa. A coordenadora do Programa explica:

Na realidade, quando iniciou a comercialização de produtos (...) iniciou no Centro de Artesanato que fica na Av. Cataratas, depois com uma loja dentro do Hotel das Cataratas, na COART do centro e dentro do Parque Tecnológico Itaipu. Depois eles foram convidados para montar a loja dentro do espaço do Centro de Recepção de Visitantes. Infelizmente muitas destas iniciativas não deram certo e foram fechadas as lojas. Hoje a comercialização é através das lojas na COART/Centro e na loja no Centro de Visitantes da Itaipu (MILIOLI, 2015).

A abertura de novos espaços para a comercialização, em seu início, não funcionou. O Centro de Artesanato foi um local disponibilizado pela Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu para reunir, em uma única edificação, artesãos(ãs), grupos, associações, cooperativas para a comercialização de produtos artesanais. Dentro desse local existiu um espaço exclusivo do Ñandeva, em uma área de destaque, onde se propôs a comercialização dos produtos da marca. Não aparece explicitamente nas falas das colaboradoras os reais motivos de fechamento dessa loja, mas é possível perceber que o local como um todo não funcionou como o esperado, sendo aos poucos abandonado pelos artesãos(ãs).

Notou-se em conversas informais que a expectativa dos(as) artesãos(ãs) era um fluxo intenso de turistas e, assim, uma venda expressiva de produtos artesanais, com um bom retorno financeiro. Para o Programa Trinacional Ñandeva, as expectativas estavam voltadas a, finalmente, cumprir o seu objetivo de gerar emprego e renda aos(as) artesãos(ãs) através da comercialização efetiva dos produtos Ñandeva. Ainda em conversas informais, foi possível compreender que uma das hipóteses para o fechamento da loja Ñandeva no local foi devido ao pouco fluxo de pessoas, em específico de turistas, que só chegavam ao espaço trazidos por guias turísticos e taxistas.

Faz-se necessário entender que dentro da lógica social e comercial da cidade de Foz do Iguaçu instaurou-se uma prática de pagamento de comissão a guias de turismo e taxistas²⁵. É comum estabelecimentos como restaurantes, bares, casas de câmbio, lojas e até mesmo alguns parques, realizarem o pagamento de taxas acordadas previamente para cada grupo de turistas levados a esses locais pelos guias ou pagamento de porcentagens, de acordo com o consumo dos turistas no local. Dessa maneira, lojas ou

²⁵ Em Foz do Iguaçu, os taxistas também podem fornecer serviços como guias de turismo desde que obtenham uma credencial de autorização disponibilizada pela Paraná Turismo, da Secretaria de Esporte e Turismo do Estado do Paraná.

pontos de comercialização de artesanato que não se adequavam a essa prática acabaram sendo prejudicados pela pouca circulação de pessoas nos espaços.

As lojas do Hotel das Cataratas (inaugurada em 2010) e o quiosque de venda que ficava dentro da Itaipu Binacional (inaugurada em 2011), citados pela coordenadora do Programa Ñandeva, também foram fechados devido a alguns problemas que não foram explicitados pelas interlocutoras. Em 2011, a Sede da COART passou por uma reforma com o apoio do PTI e fixou-se como um dos pontos de comercialização dos produtos Ñandeva. A loja da COART ou Matriz, como é conhecida, localiza-se na sede da Cooperativa no centro da cidade de Foz do Iguaçu, próxima aos principais pontos de ônibus, bancos e hotéis. A loja, visualizada nas Figuras 20 e 21, existe desde a fundação da COART, funcionando diariamente e expondo artefatos de vários artesãos(ãs).



Figura 20: Loja COART Matriz.
Fonte: Da autora, out. 2014.



Figura 21: Loja COART Matriz.
Fonte: Da autora, out. 2014.

A loja COART Matriz é um ambiente da Cooperativa onde são comercializados diversos tipos de produtos, com diferentes técnicas artesanais, produzidos por artesãos(ãs) de locais variados. Não há a obrigatoriedade dos produtos vendidos nesse espaço serem certificados pelo Ñandeva. A coordenadora do Ñandeva explica essa diferença:

Na loja da COART, na realidade, são produtos (...) têm produtos aprovados que vão pra lá também, ficam com algumas peças lá. Tanto que se você entrar lá na loja da COART, ela está dividida, uma parte são produtos aprovados que são comercializados pelo (...)COART/Ñandeva e a outra parte são de produtos não certificados Ñandeva (MILIOLI, 2015).

Existem alguns espaços de visualização dentro da Loja que são específicos para produtos Ñandeva (Figura 22), assim como existem espaços para trabalhos de artesãos(ãs) da Cooperativa que não têm ligação com o Ñandeva, como o caso dos móveis artesanais confeccionados por um casal de Santa Helena (Figura 23). Em geral, a loja distribui igualmente os produtos de seus(uas) cooperados(as), certificados ou não, como na Figura 24 que expõe bijuterias e chaveiros artesanais variados.



Figura 22: Espaço Ñandeva Loja COART Matriz.
Fonte: Da autora, out. 2014.



Figura 23: Espaço de móveis Loja COART Matriz.
Fonte: Da autora, out. 2014.

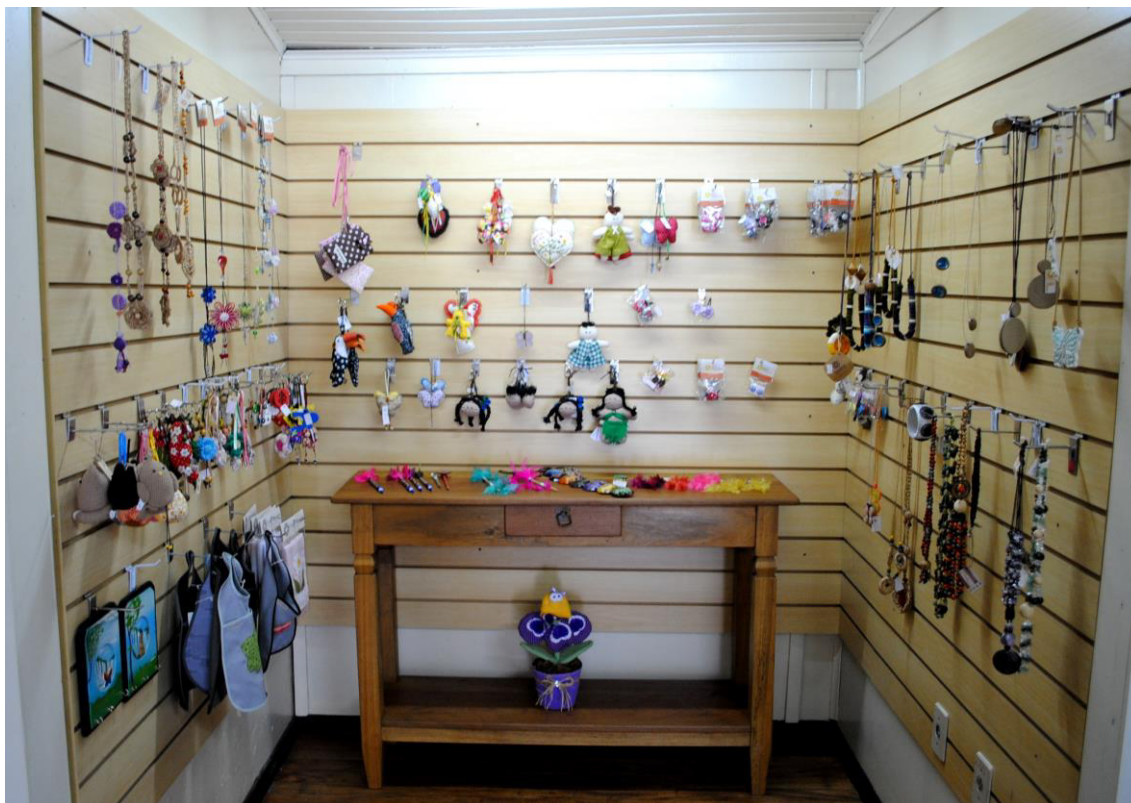


Figura 24: Espaço de bijuterias Loja COART Matriz.
Fonte: Da autora, out. 2014.

A loja do Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu foi inaugurada em 2012. Segundo a coordenadora do Programa, a COART foi convidada a ocupar um espaço dentro do CRV chamado de Itaipu Shop com uma loja exclusiva Ñandeva (Figura 25). Cabe informar que dentro do espaço Itaipu Shop, além da loja Ñandeva, existe outra de *souvenirs* da Itaipu, administrada pela ASSEMIB – Associação dos Empregados da Itaipu Binacional. Nela, são vendidos produtos industrializados variados como canecas, camisetas, bonés, chaveiros e ímãs, todos com referências à Itaipu Binacional.



Figura 25: Loja Ñandeva.
Fonte: Da autora, jun. 2014.

Diferentemente da loja COART Matriz, essa possui amplo espaço para exposição dos produtos, em diferentes prateleiras, expositores e vitrines (Figura 26 e 27). Também conta com um escritório e um estoque, que ficam no andar superior da loja. A COART administra a loja do CRV sendo, portanto, a responsável pela contratação de funcionários(as) e pelo pagamento de aluguel do espaço direcionado à Fundação Parque Tecnológico de Itaipu. As funcionárias dessa loja estão divididas, sendo, uma para realizar o gerenciamento de estoque e execução de notas fiscais e as demais como vendedoras para o espaço, pois, nesse, a circulação de pessoas é constante (Figura 28). O local funciona diariamente, inclusive sábados, domingos e feriados, durante os eventos especiais dentro da Itaipu como a atração turística da Barragem Iluminada que acontece em alguns dias no ano permanecendo, nessas ocasiões, aberta durante a noite.



Figura 26 : Espaço Loja Ñandeva.
Fonte: Da autora, jun. 2014.

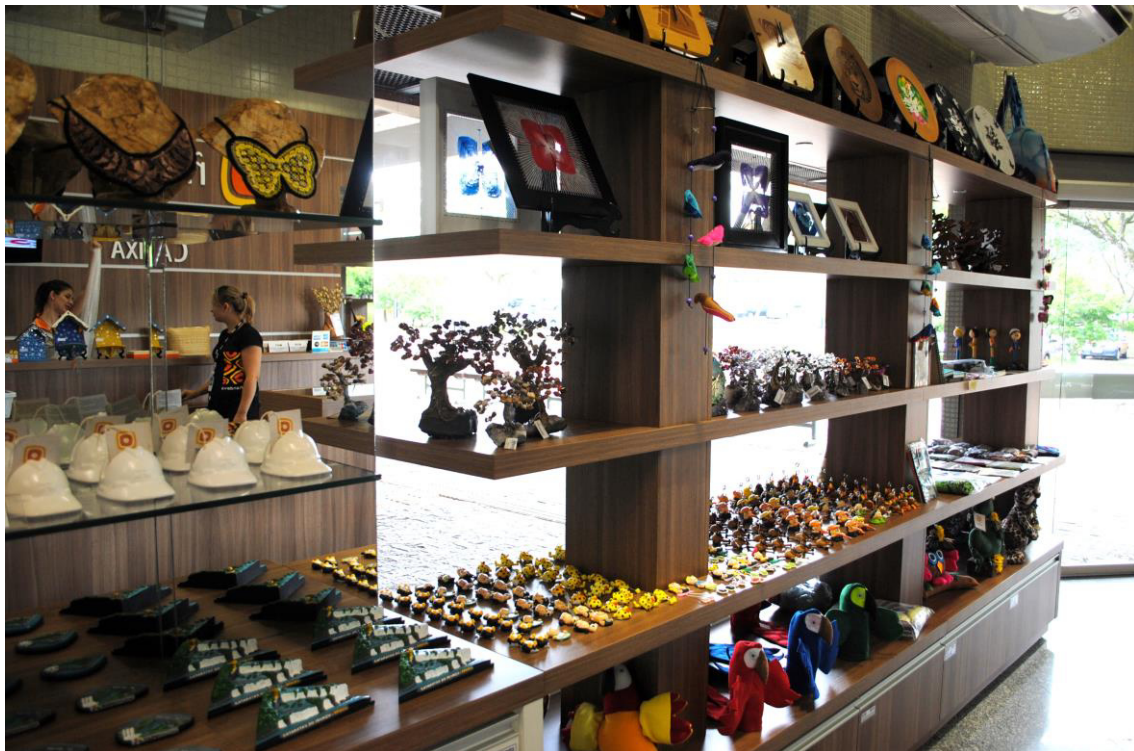


Figura 27: Exposição de produtos Loja Ñandeva.
Fonte: Da autora, out. 2014.



Figura 28: Circulação de pessoas Loja Ñandeva.
Fonte: Da autora, jun. 2014.

Mapeados os espaços das Lojas COART Matriz e Loja Ñandeva no Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu, parte-se para as cartografias de organização e estratégias de artesãos(ãs).

4.2 CARTOGRAFANDO OS SUJEITOS E AS ESTRATÉGIAS NA COMERCIALIZAÇÃO ARTESANAL.

Focar na circulação de mercadorias na vida social possibilita visualizar formas de negociação, conflitos e tensões vivenciados por sujeitos ao participarem de uma economia política e simbólica do artesanato. Nesse contexto, é preciso compreender que serão interpretados não apenas valores econômicos, mas também regimes de valor que dão significado a essas relações, além de disputas e tensões existentes em trocas econômicas.

Como premissa para refletir sobre estes conceitos, nesse momento, torna-se fundamental compreender como os(as) artesãos(ãs) se organizaram na Cooperativa a partir das configurações ocasionadas pela parceria entre o Ñandeva e a COART e como estruturam-se estratégias para a comercialização dos artefatos, além de rotas e desvios ocasionados por essas práticas.

Nilse Mognol comenta que a COART estruturou-se com três diferentes perfis de artesãos:

O primeiro perfil é aquele artesão que já tem os pontos certos dele para vender. E ele precisa da COART como nota fiscal porque ele vende mais de 5 mil reais por mês (...) não adianta ele abrir um MEI²⁶. O MEI não resolve para ele e, muitas vezes, ele não quer sentar na frente de um computador, ele não entende muito bem dessas coisas de fazer uma nota, porque no MEI você tem que fazer a nota sozinho! Então, para eles é muito mais cômodo ligar aqui, aí quando a Silvia fez tudo, eles vêm aqui. (MOGNOL, 2015)

Nilse Mognol apresenta a problematização de artesãos(ãs) em se adequarem às estruturas formais e às necessárias da comercialização nas situações atuais, tanto de uma formalização como microempreendedor, como a necessidade de fornecer notas a seus compradores. Na Figura 29, representa-se graficamente esse perfil de cooperado(a).



Figura 29: Cooperados COART perfil 1.
Fonte: Da autora, jun. 2015.

Mognol comenta quais são os locais em que esses artesãos(ãs) comercializam.

N. Esse grupo dá uns 15 artesãos. Mais ou menos.

E. E onde que eles vendem esses produtos?

N. Então, eles vendem no Chocolate Caseiro, Parque das Aves, eu tenho um que faz só troféus e vende só para eventos de troféus. Tenho uns que vendem pra fora daqui (...) eu tenho outro que vende só em supermercados, mas nessa região aqui. Tem uns três que vendem só no litoral, sabe? É bem variado. (MOGNOL, 2015)

Nota-se que os espaços nos quais circulam os artefatos desses artesãos(ãs) são variados e tratam-se desde pontos de venda de artesanato e locais turísticos em Foz do

²⁶ MEI- Micro Empreendedor Individual é a pessoa que trabalha por conta própria e legaliza sua situação como um micro empreendedor.

Iguaçu, como espaços distantes da cidade, em outras regiões do estado. Percebe-se, também, a motivação pela adequação aos sistemas econômicos, visto que boa parte dos sujeitos fornece seus produtos para os intermediadores, nesses casos, empresas. Por isso, a necessidade da regularização e o fornecimento de notas fiscais dos produtos. Com isso, Mognol comenta que apesar de parecer estranho essa formação de perfil, esse grupo é importante para o funcionamento da Cooperativa.

Esses artesãos (...) quando você pega assim pelo sistema, quanto que cada um comercializou, né? Como nesse final de ano, eu fiz a assembleia e fiz uma retrospectiva do ano passado, então, a gente juntou o tanto que você vendeu em atacado (...) Isso a gente chama de atacado, que eles deixam 10% para nós. É o que mais vendeu! Aqui, dentro dessa loja, através desse CNPJ, é isso. (MOGNOL, 2015).

A estratégia de receber 10% sobre a venda do artesão(ã) representa os fluxos mais lucrativos para a COART. Nesses casos, normalmente há encomendas de várias peças artesanais ao fornecer as notas fiscais e auxiliar nas questões burocráticas do comércio; o lucro é significativo no montante anual.

Assim, Mognol define esse como um dos dois grandes grupos que formam a Cooperativa. O segundo perfil seria o que ela chama de “Perfil Ñandeva”. Ao explicar, Mognol aponta para uma das tensões que envolvem essas divisões de perfis dentro da COART.

O outro perfil que eu tenho é aquele perfil Ñandeva. O perfil Ñandeva é aquele cara que quer saber do seu pedido e amém. Não chame ele para reunião, não chame ele para mover uma palha, ele não quer saber, com exceções de umas cinco, seis pessoas. Até para colocarmos eles como associados têm que ter toda uma lábia para eles entenderem que não é o Ñandeva que faz a comercialização, que é a COART. Para eles, é o Ñandeva que faz, sabe? (MOGNOL, 2015).

Com essas tensões expostas pela interlocutora, percebe-se a contradição desse perfil de artesãos(ãs) quanto à participação em uma Cooperativa. Devido à obrigatoriedade de associação para poder efetuar a comercialização do produto que foi construído nas ações de capacitação do Programa, que o configuraram como um produto da marca Ñandeva, esses(as) artesãos(ãs) não se consideram como cooperados.

Na Figura 30, é apresentado o perfil 2 e foram mapeados os espaços onde esse grupo de artesãos(ãs) comercializa seus produtos. Nessa trajetória, os artefatos são divididos entre as lojas do Centro de Recepção dos Visitantes e a loja COART Matriz.



Figura 30: Cooperados COART perfil 2.
Fonte: Da autora, jun. 2015.

Aqui, é necessário observar outra estratégia adotada pela Cooperativa com interferência da coordenação do Programa Ñandeva, que tornou obrigatória a entrega da produção do(a) artesão(ã) 90% na loja CRV e 10% na loja COART Matriz.

E. E esses do Ñandeva, eles comercializam mais na loja do CRV, aqui ou nos dois?

N. Assim, um tempo nós tínhamos as duas lojas tudo junto. Quando a gente pegou e separou, quando o PTI deu aquele espaço lá ((Loja CRV)) aqui ((Loja COART Matriz)) ficou muito vazio e nós nem percebíamos isso. Então a Gorette falou: “Não, de cada pedido de lá ((Loja CRV)) 10% eles deixam pra cá ((Loja COART Matriz)).” Então, agora a gente já conseguiu (...) talvez a loja poderia estar um pouquinho mais cheia, mas a gente cuida também (...) alguns produtos com o tempo acabam, estragam e tal. Então eles deixam esses 10%. Mas eles vendem lá ((Loja CRV)), normalmente é lá que eles vendem. (MOGNOL, 2015).

Outro fator que interfere nessa construção de perfil e na distribuição dos artefatos, refere-se às formas de pagamento dessas mercadorias. Verificou-se, no processo da pesquisa, que na loja do CRV são realizados pedidos aos artesãos(ãs) (definindo qual produto, modelo e quantidade) e, no momento da entrega, são pagos os valores estipulados. Já na loja da COART, esses 10% de produtos recebidos são adquiridos em consignação, significando que o(a) artesão(ã) receberá pelo produto apenas após a efetiva venda do mesmo. Tal fato influencia na quantidade de artefatos entregues nas lojas para comercialização, podendo, algumas vezes e dependendo do produto comercializado, o(a) artesão(ã) realizar a entrega de um pedido à Loja CRV e

não encaminhar os 10% à loja Matriz, por escolha do próprio artesão(ã) ou, ainda por não terem sido vendidos aqueles da entrega anterior.

Milioli, coordenadora do Ñandeva, destaca que um dos principais ganhos da COART, além da venda na loja CRV, está nas encomendas corporativas. Essa estratégia de venda é disponível apenas para os(as) artesãos(ãs) que fazem parte desse segundo perfil de associados o “Perfil Ñandeva”.

G. Para a COART uma das coisas que alavanca as vendas deles são os produtos corporativos.

E. Hum.

G. Que eles vendem muitos produtos, para a Itaipu mesmo, para evento, para outros eventos que acontecem em Foz, presentes para palestrantes, participantes e outras empresas, tipo, Convention Bureau, SEBRAE, o próprio PTI também, com o ícone do PTI. Então, esse tipo de produtos alavanca a venda, porque são sempre (...) maior quantidade.

E. Aham.

G. Não uma ou duas peças.

E. Eles fazem por encomenda?

G. Fazem. Sob encomenda. Praticamente toda semana tem pedido corporativo, que tem artesão entregando, são feitos especialmente para (...) aquele evento. Ou, como a Itaipu, ela sempre tem, pra dar presente para os visitantes, as autoridades que vêm visitar a Itaipu, PTI também. (MILIOLI, 2015).

Portanto, nessa estratégia, empresas solicitam artefatos específicos para seus eventos, em sua maioria com ícones das próprias empresas ou ícones que identifiquem a cidade de Foz do Iguaçu. O Programa Ñandeva entende essa como uma das principais interações do design no que se refere à questão da identidade corporativa, consistindo na elaboração de artefatos artesanais com aplicações de ícones corporativos. Para os(as) artesãos(ãs) pertencentes ao perfil Ñandeva, esse é um facilitador na comercialização, pois, esses estão diretamente ligados ao Programa Ñandeva que coordena esse tipo de solicitação e proporciona outras estratégias de venda, além das organizadas pela Cooperativa.

Mognol explica ainda o terceiro perfil de artesãos(ãs) como um grupo de pessoas ligadas às feiras:

N. O terceiro perfil seria essa mescla. O terceiro mesmo é aquele que vai para feira também. Eles estão vinculados conosco para poder ir à feira.

E. E o produto deles são esses produtos variados?

N. Isso.

E. Que não têm a marca Ñandeva?

N. Eles podem até ter o produto Ñandeva, mas quando eles vão na feira, eles não levam o produto Ñandeva, porque eles sabem que lá não vende, né? E eles já faziam alguns produtos que a comunidade gosta e, aí eles vendem. (MOGNOL, 2015).

É possível observar a estrutura desse perfil na Figura 31, na qual demonstram-se as diferentes possibilidades desse grupo.



Figura 31: Cooperados COART perfil 3.
Fonte: Da autora, jun. 2015.

O(a) artesão(ã) que faz parte desse grupo separa sua produção, realizando diferentes tipos de artefatos, e com isso, necessita diferenciar a comercialização desses. Ao produzir artefatos da marca Ñandeva, segue a rota de encaminhar 90% de sua produção à loja do CRV e outros 10% em consignação para a loja COART Matriz. No caso dos produtos sem certificação, o(a) cooperado(a) tem a possibilidade de comercializar na loja COART Matriz e também nas feiras que acontecem pela cidade, em diferentes ocasiões. Normalmente, as feiras da cidade estão ligadas a datas comemorativas, como o aniversário da cidade, feira de Páscoa, de Natal, entre outras.

A ausência de produtos Ñandeva nas feiras justifica-se por ser um evento voltado à comunidade local, não envolvendo os turistas, público-alvo da marca Ñandeva. Nota-se, assim, que os espaços estão separados por suas características de comunitário e turístico. As feiras são os locais tradicionalmente de comercialização de artesanato, que nesse caso, torna-se mais uma alternativa para os(as) artesãos(ãs). Lembra-se que nesse perfil, nem todos participaram das ações do Ñandeva ou participaram e não têm um produto certificado. García-Canclini (1989, p. 140) aponta que a diferença das feiras para as lojas urbanas está nos objetos artesanais terem significados pela proximidade com outros objetos campesinos e com os próprios

produtores. Essa aproximação do artesão(ã) com o consumidor/público também é importante nesse perfil. Em conversa, Mognol comenta que esses artesãos(ãs) estão envolvidos nessas práticas porque têm interesses na participação e realmente gostam de atuar nas feiras.

Com relação à presença de cooperados(as) nas feiras da cidade, Mognol comenta que, antigamente, a participação dos artesãos(ãs) era mais efetiva devido ao auxílio que a prefeitura municipal dava à Cooperativa, colocando funcionários para trabalhar nas feiras. Ela explica como os(as) artesãos(ãs) desse grupo que participam de feiras se organizam, dando o exemplo da feira FARTAL²⁷, que estava sendo preparada nos dias em que a entrevista foi realizada, em 16 de abril de 2015.

N. Você ia nessa feira, você entrava numa escala assim (...) por exemplo 3 horas hoje, 3 horas no último dia. Você não precisava ir muito, então isso era um facilitador, né? Porque a prefeitura colocava um funcionário, então o funcionário estava lá. Era sempre um funcionário e dois artesãos ou dois funcionários e mais dois artesãos. Nós fazíamos um espaço que era mais ou menos desse tamanho ((mostra a dimensão da sala)) que eram os produtos da COART e o resto dos espaços a gente comercializava. Hoje em dia, não podemos mais fazer isso, porque a gente não tem funcionário, temos só a Silvia, se eu tirar a Silvia daqui, quem é que fica aqui? Aí lá, a metade não quer ir. Então paramos com isso, porque sempre envolvíamos pra levar um móvel ou alguma coisa os nossos maridos. Então, hoje eles sabem, quer ir? Juntem-se dois, três, vão lá e dividem. Assim, ao invés deles ficarem dando comissão de venda, uma porcentagem, eles pagam um X ((aluguel do espaço)) se eles venderem muito, está bom; se eles não vendem (...)

E. É o tempo deles?

N. É o tempo deles. E aí eles não querem dar comissão. Porque eles vendem muito mais do que aquilo que eles pagam para nós. Então, assim, ficou bom para aquele que quer realmente vender o seu produto. (MOGNOL, 2015).

Nota-se que a Cooperativa, no decorrer dos anos foi passando por mudanças de comportamento e de posicionamento por parte dos artesãos(ãs), assim como das instituições de apoio. A COART procura proporcionar opções aos artesãos(ãs) dependendo do interesse de cada um em comercializar seus artefatos.

Sendo assim, esses são os três principais grupos de artesãos(ãs) da COART pela visão de sua presidente. Mas, ainda assim, existem algumas características especiais em sua formação e em suas formas de comercialização. A começar pelo grupo de indígenas que fazem parte da COART. Mognol não vê essa organização como um grupo e explica o porquê.

²⁷ A FARTAL é a Feira de Artesanato e Alimentos de Foz do Iguaçu, trata-se de um evento tradicional da cidade que, em 2015, realizou a sua 39ª edição. A feira normalmente acontece nos dias próximos à data de comemoração do aniversário da cidade que é em 10 de junho, durante os dias do evento acontecem exposições diversas, vendas de artesanatos e comidas regionais, além de diversos shows musicais.

N. Os indígenas, não sei se eu posso dizer que eles são um grupo, porque o que a gente fez aqui é para ajudar eles. Nós associamos só o cacique, porque assim, eles lá (...) não trabalham que nem nós, o branco. Eles trabalham em conjunto e eu não sei como que eles dividem o dinheiro, mas eles fazem a benção lá com o cacique. E, aí, a Itaipu pôs um funcionário que vai até lá para intermediar (...) dinheiro e outras coisas que a Itaipu ajuda eles. A Itaipu tem um funcionário que está direcionado só pra atender os indígenas.

E. Uhum.

N. E nós associamos só o cacique, então tudo passa pela mão do cacique. O João vai lá, que é o funcionário da Itaipu, com o cacique com os outros, dá o dinheiro para eles dividirem. Mas parece que o João tem meio que uma listinha também, para coordenar um pouquinho isso, sabe?

E. Ah, tá! E daí, no caso, o associado é só um?

N. É só um. E os produtos são de todos. (MOGNOL 2015).

Mesmo a interlocutora não considerando esse como um perfil efetivo da Cooperativa, aqui cartografamos esse grupo para mostrar suas particularidades (Figura 32).



Figura 32: Cooperados COART coletivo indígena.
Fonte: Da autora, jun. 2015.

O grupo de coletivo indígena participou das oficinas do Ñandeva e também faz parte de diversos projetos da Itaipu Binacional, que realiza tais ações na tentativa de manutenção dessas comunidades. Os indígenas ganham papel de destaque dentro do Programa Ñandeva, pois exercem, na visão do Programa, um deslocamento temporal e histórico que, com a adoção de elementos iconográficos da cultura Guarani,

representam a identidade da região de Tríplice Fronteira e a efetiva manutenção da tradição nos artefatos artesanais. Por isso, o Ñandeva cerca-se das referências Guaranis para também justificar suas ações de conservação e resgate das tradições.

Assim como os(as) demais artesãos(ãs) que passaram pelas atividades do Programa, os indígenas tiveram seus artefatos certificados como produto da marca Ñandeva. A diferença é que esses não passaram pelas adaptações aos critérios analisados pelas designers para certificação, como, por exemplo, a obrigatoriedade do uso de iconografias. O Ñandeva justifica a ausência das iconografias nesses artefatos: “Artesanatos tradicionais, a arte popular e o artesanato indígena não necessitam deste tipo de recurso, pois já carregam em si as referências mais significativas da sua identidade” (CARNIATTO, CHEUNG E NÓBREGA, 2008, p. 19). É essa distinção simbólica que faz com que esses artefatos não passem pelos processos de atualização dos designers.

Para o Ñandeva (2008) os artefatos indígenas também são considerados originalmente representantes da identidade regional, pois surgem com fins específicos, sejam esses utilitários, ritualísticos ou lúdicos, apesar de reconhecer que o uso desses artefatos nesse sistema de circulação artesanal é outro: “Atualmente, o artesanato indígena é utilizado com uma finalidade apenas decorativa ou como curiosidade história e étnica, representando, entretanto, um importante ganho econômico para as comunidades”. (CARNIATTO, CHEUNG E NÓBREGA, 2008, p. 25). Essa forma de artesanato, que em sua maior parte nasceu da cultura indígena por sua função, é incorporado à vida moderna pelo seu significado. Para García Canclini (1989, p.156) o “valor simbólico” do artesanato no capitalismo é o de construir identidades imaginárias, fingir recordações, para gerar significações que ocupem o vazio daquelas perdidas.

Esse mesmo autor afirma que a profundidade com o passado é convocada para dar profundidade a uma intimidade doméstica que os objetos industriais estereotipam. No caso dos artefatos indígenas, visualiza-se melhor o sentido apresentado por García Canclini (1989, p. 156), de que o artefato artesanal, no espaço da casa urbana, não está ligado a sua utilidade e sim pelo seu valor decorativo que dá sentido na vida pessoal ou familiar.

Nesse caso, os artefatos produzidos pelos indígenas que se tratam de leques de taquara; chocalhos; cestos; animais e bonecos entalhados em madeira seguem a rota de produtos Ñandeva sendo comercializados 90% na loja CRV e 10% na COART Matriz. Destaca-se que apenas um representante é o associado da COART, mesmo esse não

participando das decisões da Cooperativa, nem das estratégias de comercialização, já que tais relações são mediadas por um funcionário da Itaipu Binacional que organiza toda a participação dos indígenas nas ações sociais da empresa.

Outra particularidade percebida durante a pesquisa exploratória ao tentar compreender os perfis de artesãos(ãs), foram as estratégias de comercialização de artefatos “diversos” pela Cooperativa, o que acontece em uma tentativa de aumentar o volume de vendas. A seguir, procura-se explicar como se dá essa prática.

Durante as visitas à loja do Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu, foi possível observar que alguns artefatos se diferenciam dos demais, seja pelo uso de iconografias diferentes das explicitadas nos manuais ou pela própria inexistência de iconografia. Retomando a Figura 28, é possível perceber alguns artefatos que fazem referências a pinguins, mesmo que a figura desse animal não pertença ao livro de iconografias da região Trinacional. Ao questionar a interlocutora sobre esses artefatos, em especial o pinguim, que se diferencia e destaca dentro na Loja CRV, Mognol explica a particularidade do artefato e também expõe a estratégia realizada pela Cooperativa.

N. Esse produto ((pinguim)) foi feito para um projeto que é dentro do PTI (...) que é o simbolozinho deles, um pinguim.

E. Sim?!

E. E tem mais um que o ícone é o pinguim, tem em biscuit (...)

N. Ah. Então, o pinguim em biscuit foi feito para o mesmo (...) teve um evento grande lá dentro, na verdade já teve dois e, aí, no primeiro evento, se achou que iria vender um monte desses e foi comprado tanto, muitas coisas desses em feltro como em biscuit, a gente comprou já apostando.

E. Ele não foi repostado ?

N. Não, ele não está sendo repostado porque ele não faz parte da nossa iconografia, um pinguim, a gente não tem pinguim aqui. Então, o turista que leva, é quem faz coleção de pinguim.

E. Uhum.

N. É a mesma coisa, a coruja. A coruja não é nosso ícone. A gente tem muita coruja por aí, mas ela não foi levantada como um ícone, mas a gente tem ela lá dentro ((da loja CRV)) porque a pessoa compra coruja como ela compra sapo, gnomos, sabe? Então, a gente tem alguns produtos dentro da loja que são produtos para ajudar a ver se alavanca a comercialização. (MOGNOL, 2015).

O(a) artesão(ã) associado(a) a COART que confecciona diferentes artefatos não pertencentes à marca Ñandeva tem a possibilidade de comercialização dentro da loja do CRV, a partir dessa estratégia de inserção de artefatos artesanais variados, como o pinguim. Durante a pesquisa exploratória, as interlocutoras explicaram a existência de um procedimento para que os artefatos sejam aceitos na loja do CRV. Primeiramente, é organizada uma reunião entre as representantes da Cooperativa e a funcionária

responsável pela loja Ñandeva para apresentação do produto do(a) artesão(ã). Nessa reunião é verificado se o produto tem “qualidade”, que nesse contexto, está relacionada ao acabamento das peças e se existe a possibilidade de venda. Assim, é realizado o pedido de algumas peças para o(a) artesão(ã) e feito um teste de prateleira com esses produtos, que consiste em expor algumas peças e verificar se essas são vendáveis e agradam o público turista.

Recorda-se que, no contexto original, a proposta da Loja CRV era de comercializar apenas os produtos da marca Ñandeva e, para isso, os artefatos deveriam ser certificados pela designer responsável. Com essa estratégia de comercialização, organizada pela COART, torna-se possível a participação de artesãos(ãs) de outros perfis de associados venderem na Loja CRV. Nesse sentido, tal prática de comercialização demonstra-se como um desvio, pela percepção do conceito de “rotas e desvios” apresentado por Appadurai (2008), considerando-se a premissa das mercadorias possuírem histórias de vida. O fluxo de mercadorias, em qualquer situação determinada, é um acordo oscilante entre as rotas socialmente reguladas e os desvios competitivamente motivados. Appadurai explica que o desvio pode, em certas ocasiões, “envolver a remoção calculada e ‘interessada’ de coisas de uma zona encaixada para alocá-las em uma zona onde a troca é menos limitada e mais lucrativa, num sentido de curto prazo” (APPADURAI, 2008, p.31).

Os desvios só existem se comparados com suas rotas. Nesse caso, a rota para os produtos diversos dos(as) artesão(ãs) da COART eram as feiras, a loja COART Matriz e outros locais. Appadurai (2008, p.42) afirma que o desvio de mercadorias para fora das rotas especificadas é sempre um sinal de criatividade ou crise, seja estética ou econômica. Além disso, nota-se que essa é uma prática que vem ao longo do tempo tornando-se comum na administração da loja CRV, pela COART. Os desvios de rotas costumeiras faz surgir o novo. Assim, é possível que desvios tornem-se rotas e gerem, por consequência, novos desvios. Outro fator destacado por Appadurai (2008, p. 45) é que os desvios não só podem retirar a monetarização de artefatos, como também potencializar a mercantilização pelo aumento de valor resultante desse desvio. No caso dos artefatos não certificados comercializados na loja Ñandeva, o valor pode ser entendido no fato dos artefatos serem inseridos no circuito turístico da cidade, tendo, assim, maior possibilidade de venda e aumento da distribuição.

Ao inserir o pinguim e a coruja na loja Ñandeva, esses artefatos criam um desvio para fora de sua rota, assim como interferem na constituição da Loja, exclusiva para

produtos certificados e que acaba recebendo demais produtos. Dessa maneira, esses objetos, que em sua trajetória rotineira seriam comercializados em feiras ou outros locais, são inseridos no circuito turístico da cidade, permitindo o acesso desses produtos ao público turista. Tal desvio potencializa esses objetos ao participarem de uma circulação antes restrita.

Uma vez inseridos nesse espaço de comercialização, o pinguim e a coruja recebem um novo status na circulação e justificam sua necessidade de serem comercializados no espaço Ñandeva por se tratarem de artefatos para colecionadores, explica-se assim, a fala da interlocutora “(...) o turista que leva é quem faz coleção de pinguim”(MOGNOL, 2015). Dessa maneira, tais produtos ainda auxiliam a aumentar o fluxo de vendas, como descrito por Mognol; são objetos que alavancam a comercialização.

4.3 CARTOGRAFANDO POR ESPAÇOS TURÍSTICOS.

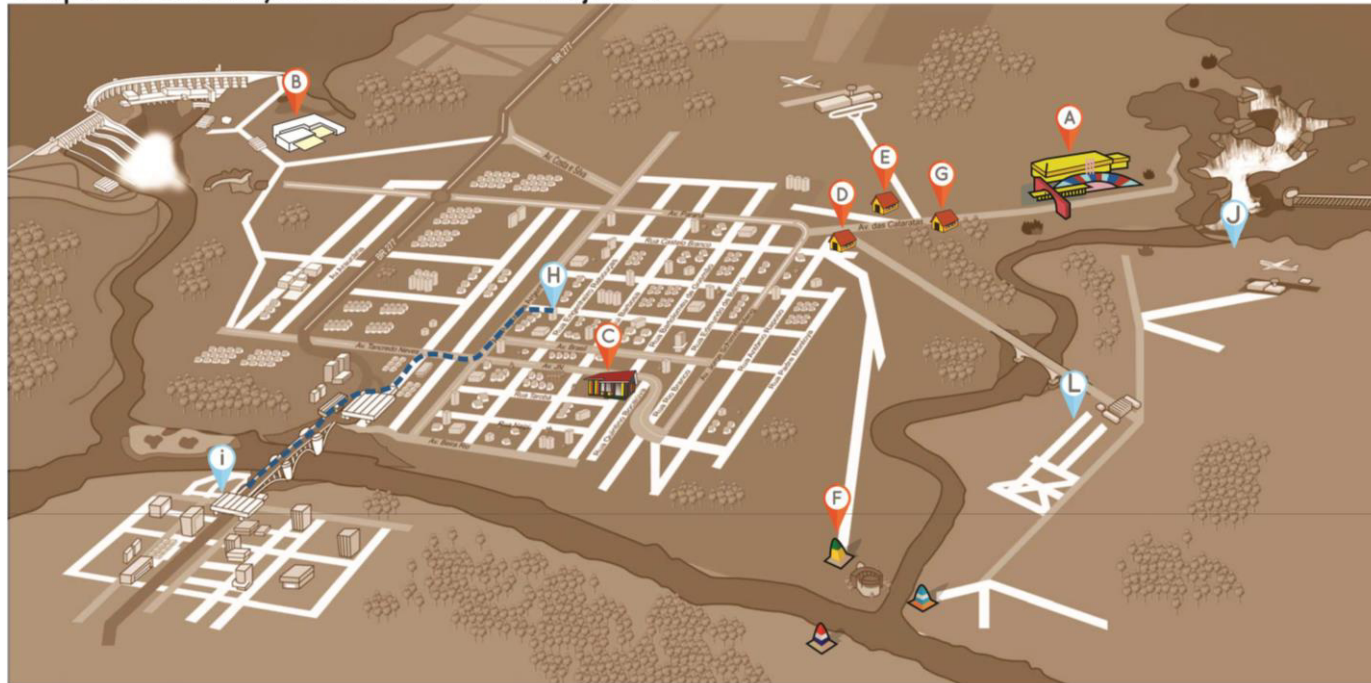
O turismo é um fator determinante na cidade e na circulação dos artefatos artesanais em Foz do Iguaçu, interferindo diretamente nas transformações e adequações do artesanato. Durante a pesquisa, ao observar a circulação dos artefatos artesanais, tornou-se importante entender a circulação dos turistas pela cidade, visto que esses são tidos pelas interlocutoras desta pesquisa como os principais consumidores do artesanato local. Assim, a partir das conversas com sujeitos e das observações diárias feitas nos períodos em campo, em hotéis, pontos turísticos e meios de transporte, foi possível mapear três principais rotas realizadas pelos turistas em Foz do Iguaçu. É preciso lembrar que as trajetórias podem ser personalizadas e inúmeras, assim como podem não ser as opções escolhidas por todos os turistas. Aqui foram mapeadas apenas aquelas percebidas como principais.

Os trechos percorridos pelos turistas são demonstrados nos mapas (Figuras 33, 34 e 35), que também apontam os locais de venda de artesanato em Foz do Iguaçu, sendo possível perceber quais desses pontos fazem parte dos trajetos e quais não entram nesse circuito turístico.

O primeiro trajeto, mapeado na Figura 33, apresenta o caminho realizado pelo turista que tem interesse em realizar compras no país vizinho, o Paraguai. Trata-se do percurso do Hotel (referenciado pelo ponto H) onde está hospedado até o Paraguai (ponto I). Percebeu-se, na pesquisa exploratória, que boa parte dos hotéis localizam-se

na região central da cidade e os resorts na Avenida das Cataratas, o que influencia, também, nos locais mais frequentados pelos turistas. Identificou-se durante as observações que, normalmente, os turistas interessados nesse passeio o fazem logo em seu primeiro dia de estadia em Foz do Iguaçu, o que interfere, segundo a fala das interlocutoras, no consumo desses turistas na cidade.

Mapa de circulação dos turistas - Trajeto 1



- A - Centro de visitantes Parque Nacional do Iguazú
- B - Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu
- C - Coart - Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná
- D - Centro de Artesanato de Foz do Iguazú
- E - Loja Artesanato e Chocolate caseiro
- F - Marco das Três Fronteiras
- G - Parque das Aves
- H - Hotel
- I - Ciudad del Est - Paraguai
- J - Parque Nacional Iguazú - Argentina
- L - Duty Free Shop Iguazú

-  Marcador de pontos de venda de artesanato
-  Marcador de locais de rotas turísticas

Trajeto 1

H - - - - - I

Figura 33: Mapa de circulação de turistas 1.

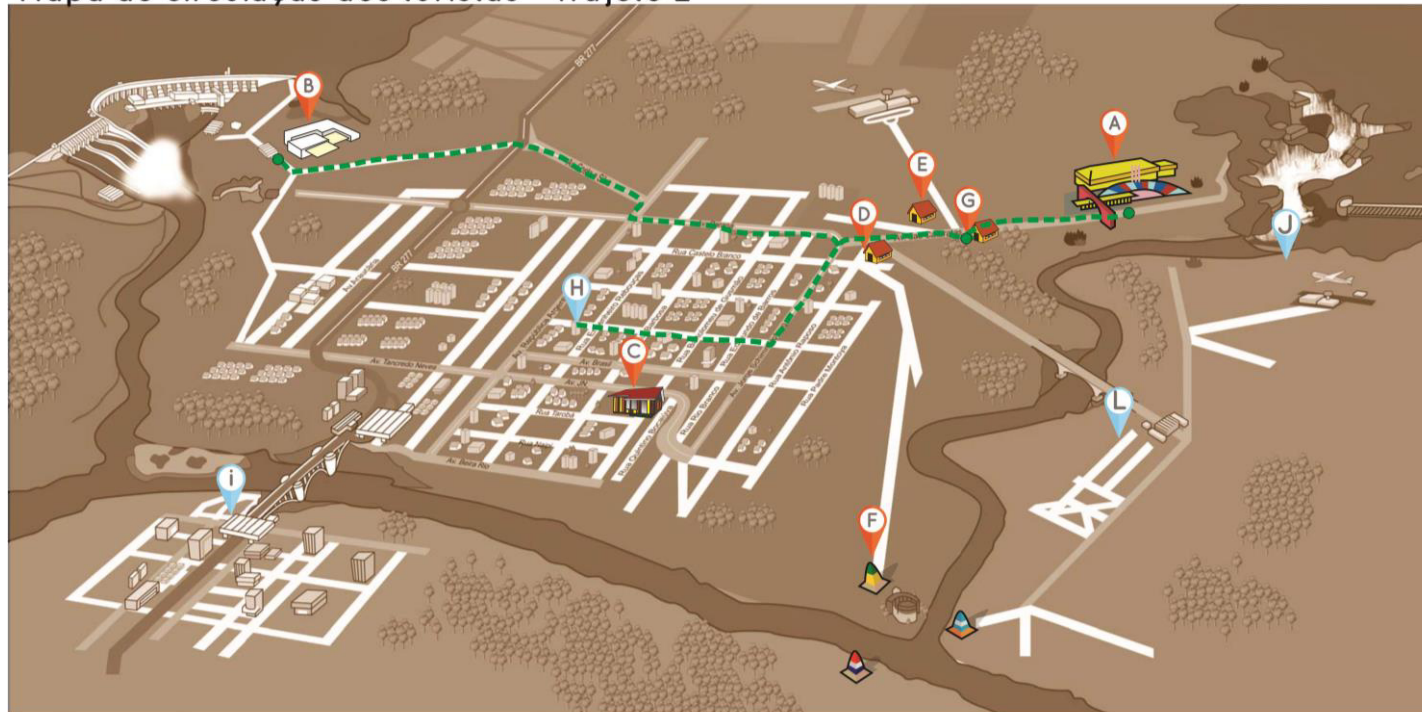
Fonte: Da autora, jun. 2015.

O segundo trajeto mapeado (Figura 34) demonstra o percurso do turista dentro da cidade, pelos principais pontos turísticos de Foz do Iguaçu. Na maioria das vezes, esses trajetos são organizados por guias turísticos e correspondem normalmente ao segundo dia de passeio dos turistas. Esboçou-se esse trajeto, iniciando pelo Hotel (ponto H) com destino ao primeiro local visitado, o Parque das Aves (ponto G) que trata-se de um espaço particular destinado à preservação de aves. O parque é aberto ao público diariamente e dentro de sua estrutura possui um espaço para a venda de *souvenirs* e artesanatos, fazendo sempre referência às aves.



O segundo ponto de visitação é o Parque Nacional do Iguaçu (ponto A) que, por se tratar da principal atração turística da cidade e possuir diversas atividades, é um dos lugares onde o turista permanece por mais tempo. No centro de recepção de visitantes do Parque, existe uma loja de *souvenirs* e artesanatos com fluxo intenso de pessoas. A empresa responsável pela administração da loja no Centro de Recepção de Visitantes do Parque Nacional possui outras duas unidades em diferentes locais dentro do Parque, expondo e comercializando os mesmos produtos nas três lojas.

O terceiro ponto de visitação é a Itaipu Binacional (ponto B). O passeio pela hidrelétrica não é sempre a opção de todos os turistas, mas, quando selecionada, a visita ocorre normalmente no período da tarde, depois da visitação às Cataratas do Iguaçu. No centro de recepção de visitantes desse local, encontram-se as lojas Ñandeva e de *souvenirs* da Itaipu.

Mapa de circulação dos turistas - Trajeto 2



- A - Centro de visitantes Parque Nacional do Iguaçu
- B - Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu
- C - Coart - Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná
- D - Centro de Artesanato de Foz do Iguaçu
- E - Loja Artesanato e Chocolate caseiro
- F - Marco das Três Fronteiras
- G - Parque das Aves
- H - Hotel
- I - Ciudad del Est - Paraguai
- J - Parque Nacional Iguazú - Argentina
- L - Duty Free Shop Iguazú

-  Marcador de pontos de venda de artesanato
-  Marcador de locais de rotas turísticas

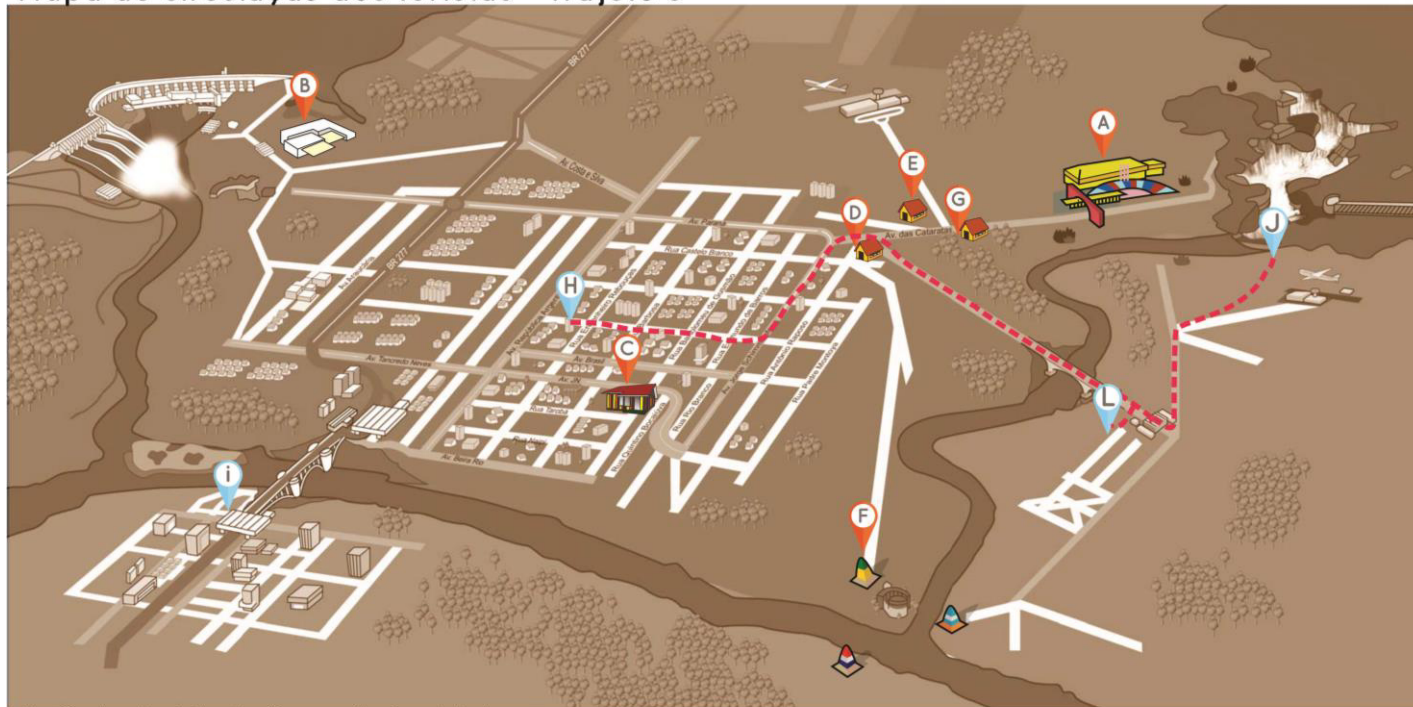
Trajeto 2

H - G - A - B

Figura 34: Mapa de circulação de turistas 2.
Fonte: Da autora, jun. 2015

O terceiro trajeto mapeado nesta pesquisa (Figura 35), mostra os espaços nos quais circulam os turistas que optam pelo passeio até a Argentina. Saindo do Hotel (ponto H), o turista normalmente vai diretamente até o Parque Nacional do Iguazú, visitar as Cataratas no lado argentino, necessitando passar pela aduana de fronteira. Da mesma forma que no lado brasileiro, no Parque Nacional do Iguazú, existe um espaço de recepção de visitantes, onde se encontram as lojas de *souvenirs* e artesanatos local. Apesar desta pesquisa não abordar os locais de venda nos países de fronteira, é importante registrar que os turistas circulam por esses espaços e, muitas vezes, adquirem artefatos desses locais. Em geral, na volta do Parque, os turistas passam pelo Duty Free Shop Iguazú (ponto L) para fazer compras.

Mapa de circulação dos turistas - Trajeto 3



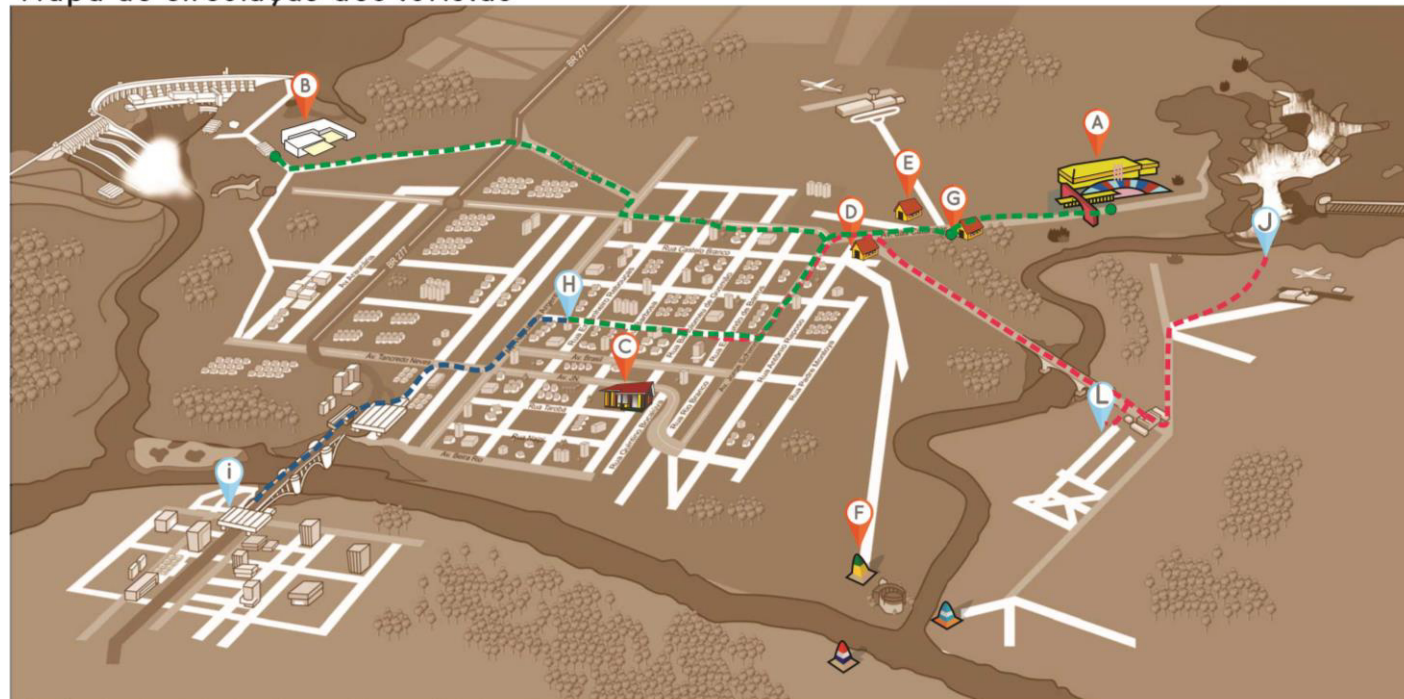
- A - Centro de visitantes Parque Nacional do Iguaçu
- B - Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu
- C - Coart - Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná
- D - Centro de Artesanato de Foz do Iguaçu
- E - Loja Artesanato e Chocolate caseiro
- F - Marco das Três Fronteiras
- G - Parque das Aves
- H - Hotel
- I - Ciudad del Est - Paraguai
- J - Parque Nacional Iguazú - Argentina
- L - Duty Free Shop Iguazú

-  Marcador de pontos de venda de artesanato
-  Marcador de locais de rotas turísticas
- Trajeto 3
- H - - - J - - - L**

Figura 35: Mapa de circulação de turistas 3.
Fonte: Da autora, jun. 2015.

A intenção em registrar os principais trajetos é perceber os diferentes locais que o turista circula para compreender possíveis relações entre esses e os espaços de comércio de artesanato na cidade e região. Assim, na Figura 36, apresenta-se o mapa com todos esses trajetos sobrepostos para melhor visualização de suas intersecções, relações e distanciamentos.

Mapa de circulação dos turistas



- A - Centro de visitantes Parque Nacional do Iguaçu
- B - Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu
- C - Coart - Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná
- D - Centro de Artesanato de Foz do Iguaçu
- E - Loja Artesanato e Chocolate caseiro
- F - Marco das Três Fronteiras
- G - Parque das Aves
- H - Hotel
- I - Ciudad del Est - Paraguai
- J - Parque Nacional Iguazú - Argentina
- L - Duty Free Shop Iguazú

Marcador de pontos de venda de artesanato

Marcador de locais de rotas turísticas

Trajeto 1

H - - - - - I

Trajeto 2

H - - - G - - - A - - - B

Trajeto 3

H - - - J - - - L

Figura 36: Mapa de circulação de turistas.

Fonte: Da autora, jun. 2015

No mapa (Figura 36), estão sinalizados os pontos de venda de artesanato da cidade citados pelas interlocutoras, com os trajetos dos turistas sobrepostos, sendo possível visualizar que nem todos os pontos de venda de artesanato estão diretamente ligados aos trajetos dos turistas.

Nota-se que os pontos D e E, respectivamente, Centro de Artesanato de Foz do Iguaçu e Loja Artesanato e Chocolate Caseiro, não são pontos de parada dos turistas, mas estão situadas no caminho por onde o turista circula. Esses localizam-se na Avenida das Cataratas, principal acesso da fronteira da Argentina ao Parque Nacional do Iguaçu, ao Parque das Aves e ao Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu. Assim, esses dois locais tornam-se conhecidos e sua localização influencia no fluxo de pessoas.

O ponto F, Marco das Três Fronteiras, apesar de ser um ponto turístico e ser citado como um espaço de venda de *souvenirs* e artesanatos, não fez parte dos trajetos aqui apresentados. O motivo é a percepção, durante a pesquisa exploratória, que o Marco das Três Fronteiras, no lado brasileiro, encontrava-se abandonado, tornando-se inclusive perigoso, por isso, muitos guias deixaram de levar turistas até o local. Alguns preferem visitar o Marco pelo lado argentino, mas como não foram ouvidos relatos dessa estratégia, essa opção não foi mapeada como trajeto.

A COART (ponto C), apesar de estar localizada no centro da cidade de Foz do Iguaçu e próxima a vários hotéis, não faz parte das trajetórias de turistas. Evidencia-se, assim, uma das dificuldades da Cooperativa, apontadas pelas interlocutoras: o baixo fluxo de pessoas na loja Matriz. Mognol e Braga demonstraram essa preocupação em suas falas.

Essa loja aqui é aquilo que eu te falei, nós precisamos achar uma forma de fazer o marketing para as pessoas virem até aqui, sendo que a gente tem muito tempo, só uma pessoa aqui dentro, porque você pode ver, nada do que passou aqui hoje foi venda. (...) Então, assim, isso aqui hoje (...) é mais um escritório do que uma loja mesmo. (MOGNOL, 2015).

Essa loja a gente nota que ela como comércio está um pouco fraca. Aqui é necessário trabalhar um pouco marketing; um pouco não, muito! Porque a gente percebe que as pessoas esquecem essa loja, a gente não consegue trazer o turista aqui, por questão talvez política, não sei. Dos grupos de guias, então, eles não chegam até aqui, vem um ou outro. Então o que a gente precisa é fazer ela ser vista para que isso funcione melhor. (BRAGA, 2015).

É importante perceber que, a partir de 2012, com a criação da loja Ñandeva no Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu, a COART, como responsável pela

administração, consegue se inserir em um ponto de comercialização dentro do circuito turístico da cidade. Assim, a Cooperativa coloca seus(suas) artesãos(ãs) associados e conseqüentemente seus produtos artesanais no trajeto realizado pelos turistas.

Milioli afirma que a abertura da loja Ñandeva foi fundamental para a Cooperativa e para os(as) artesãos(ãs).

Então foi depois que abriu a loja ali que eles conseguiram caminhar com as próprias pernas, mesmo não vendendo o que se esperava. Uma porque eles não dão conta de entregar os produtos para ter mais produtos pra comercialização, mas assim (...), depois da abertura da loja no CRV, cada artesão sabe que terá pedidos praticamente todos os meses e que terá uma entrada a mais de recursos. Para ter uma ideia alguns artesãos aumentaram sua produção em 5vezes mais. (MILIOLI, 2015).

Braga concorda com a importância da loja do CRV, mas, coloca em questão outros problemas que a Loja enfrenta.

D. A loja do CRV é muito importante porque ela está no caminho do turista. Então, é o melhor ponto que a gente poderia ter conseguido. Claro que se a gente tivesse conseguido nas Cataratas estaríamos com o sorriso na orelha.

E. Porque não conseguem?

D. Porque lá é um grupo fechado, que já administra lá e que é difícil (...) você tem que pagar muito e uma coisa que a gente não consegue. Mesmo ali, no CRV, a gente percebe que o produto artesanal está no ponto certo e ele vende menos que produto industrial na loja de cima, muito menos. Então a gente mesmo lá, nesse lugar maravilhoso, a gente não consegue ter lucro. (BRAGA, 2015).

Mais uma vez nota-se que os artefatos artesanais envolvem relações sociais complexas. Braga, em sua fala, comenta a constante disputa entre os produtos manufaturados e os artesanais, nesse caso, relacionado à disputa que ocorre entre a Loja Ñandeva do CRV e a loja de *souvenirs* administrada pela ASSEMIB.

Mognol aborda ainda o fato dos trajetos de turistas influenciarem na comercialização de artefatos artesanais em Foz do Iguaçu.

A Cataratas ((Parque Nacional do Iguaçu)) vende muito mais que lá ((Loja do CRV)) e a gente até entende porque imagina quantas pessoas que vão a mais nas Cataratas e que não têm interesse em visitar Itaipu. E, muitas vezes, eles visitaram as Cataratas primeiro e então já compraram alguma coisa e o bolso não dá mais pra comprar mais alguma coisa, mesmo que esse artesanato seja diferente. (MOGNOL, 2015).

Na cartografia dos trajetos realizados por turistas, juntamente com as narrativas das interlocutoras, foram percebidas algumas dificuldades, conflitos, disputas políticas e

estratégias na comercialização dos artefatos artesanais, não informadas em discursos formais das instituições. Com essa cartografia geral em mente, parte-se então para acompanhar as trajetórias dos artefatos específicos selecionados para esta pesquisa.

4.4 CARTOGRAFIAS DE ARTEFATOS ÑANDEVA E COART

Assim como foram cartografados os espaços turísticos através dos trajetos realizados pelos turistas em Foz do Iguaçu, evidenciando os espaços de circulação de artefatos artesanais e suas disputas, neste item, apresenta-se a cartografia realizada de quatro artefatos, mapeando os locais por onde esses circulam e as narrativas que os cercam. Os artefatos analisados emergiram das falas das interlocutoras, sendo apresentados à pesquisadora durante conversas informais e nas entrevistas.

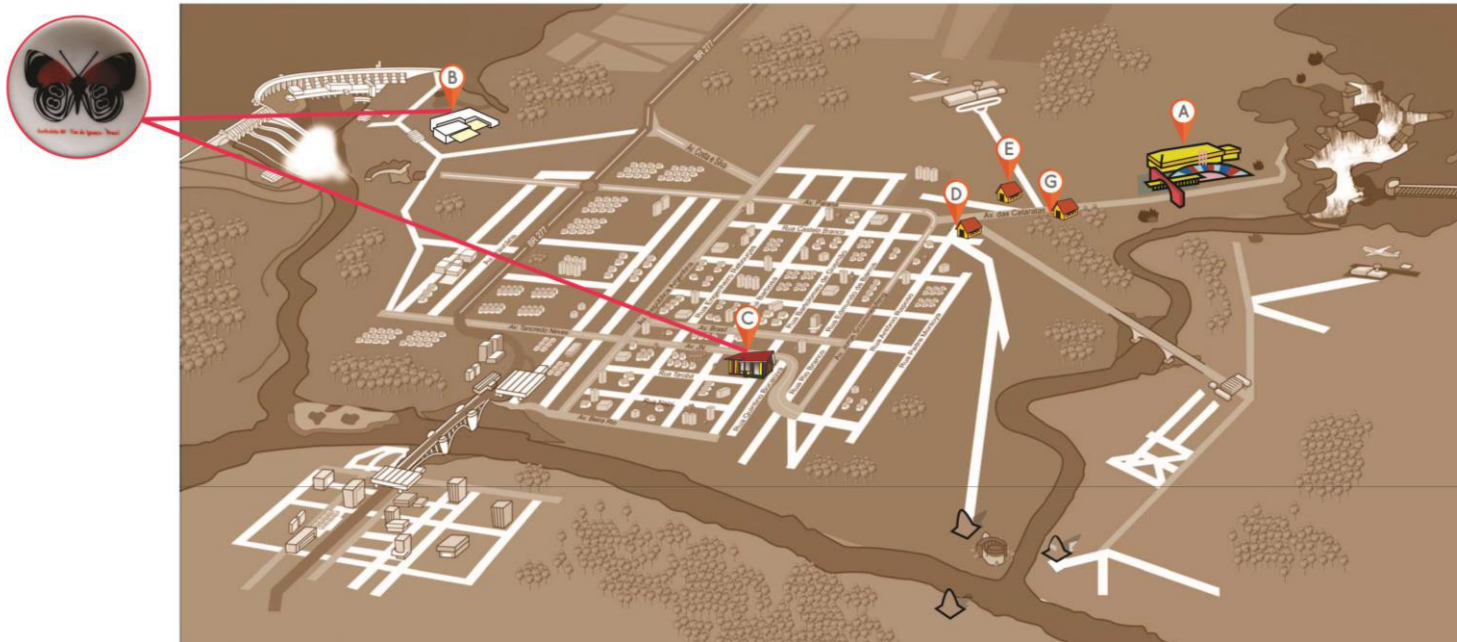
O artefato nº 01 é uma peça executada pela interlocutora Nilse Mognol, que trabalha há vários anos com a pintura em porcelana e atualmente desenvolve seus produtos apenas para o público de turistas. O pratinho de imã, como o chama Mognol, é um produto com a certificação Ñandeva. Trata-se de um pequeno prato em porcelana que traz a iconografia de uma borboleta, pertencente aos elementos da iconografia Trinacional. A artesã utiliza-se do processo de decalque²⁸ que, neste caso, foi desenvolvido junto com a designer do Ñandeva a partir das iconografias do Programa, o qual é aplicado sobre a peça em porcelana, que é comprada de uma indústria. Esse objeto tem a função de imã de geladeira.

²⁸ O decalque cerâmico é uma técnica de decoração para peças em cerâmicas esmaltadas. Consiste em imagens que passam pelo processo de impressão específica que são inseridas nas peças. O processo inicia-se pela limpeza da peça cerâmica; o decalque deve ser imerso em água morna para que a camada de papel se solte e o decalque esteja pronto para o uso. Em seguida, o decalque deve ser aplicado no espaço desejado na peça, retirando-se o excesso de água com uma esponja. Realizada a aplicação do decalque, é necessário deixar a peça secar em temperatura ambiente por várias horas. A última etapa do processo é a queima da peça em forno específico, em uma temperatura entre 750° e 780°, durante aproximadamente 1 hora e 30 minutos. Porém, a retirada da peça deve ser feita apenas após o resfriamento do forno que é de aproximadamente 8 horas.

**Ficha Técnica – 01/2015****Autor:** Nilse Mognol**Título:** Prato Porcelana Ñandeva**Ano:** 2014**Técnica:** Decalque cerâmico**Local:** Foz do Iguaçu**Dimensões (HxD):** 1x5 cm**Classificação:** PPDI -01 - JUNHO 2015**Foto:** Ana Lidia Wolochen Walter

No mapa (Figura 37) são apontados os dois pontos em que esse artefato é comercializado. Seguindo a rota de produtos Ñandeva, o produto encontra-se na loja do CRV e também na loja COART Matriz.

Mapa de circulação de artefatos




- A - Centro de visitantes Parque Nacional do Iguaçu
- B - Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu
- C - Coart - Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná
- D - Centro de Artesanato de Foz do Iguaçu
- E - Loja Artesanato e Chocolate caseiro
- G - Parque das Aves
-  Marcador de pontos de venda de artesanato

Figura 37: Mapa de circulação artefato 1.
Fonte: Da autora, jun. 2015

Nilse Mognol, como artesã, comercializa há vários anos para a loja das Cataratas (Parque Nacional do Iguaçu), antes mesmo da criação do Ñandeva. Com o desenvolvimento de novos produtos a partir das ações do Programa, a artesã criou estratégias particulares para diferenciar seus artefatos no mercado. Em outro mapa (Figura 38) foi cartografado outro artefato produzido por Mognol.

O artefato 02 é um prato em porcelana, similar ao artefato 01, com a aplicação, em decalque, do ícone borboleta 88, uma espécie de borboleta encontrada na região Oeste do Paraná, em especial nas áreas de preservação pertencentes ao Parque Nacional do Iguaçu. Esse produto possui, ainda, uma pequena estrutura em plástico que o mantém em pé, sendo, assim, um produto com função decorativa.

Mognol durante a entrevista comentou que, a ideia de aplicar a técnica de decalque nas peças surgiu da necessidade de atender mais rapidamente as solicitações de encomendas da loja das Cataratas.

(...) no começo eu fazia coisinhas pintadas na mão, mas as pequeninhas não dava, aí, eu fui atrás para fazer o adesivo. Aí, eu fiz o adesivo das nossas fotos, não peguei foto de paisagem. Peguei dos nossos trabalhos, fiz o adesivo, mandei imprimir, apresentei pra eles, aí, eles compraram. (MOGNOL, 2015).

A artesã comenta sobre os primeiros artefatos que desenvolveu para a loja das Cataratas, os pratos pintados com paisagens que, passaram a ser feitos com a técnica da aplicação do decalque com a imagem da pintura realizada por Mognol. Com o decorrer do tempo, a artesã criou outros modelos de decalques, baseados nas iconografias do Programa Triangular Ñandeva.



Ficha Técnica – 02|2015

Autor: Nilse Mognol

Título: Prato Porcelana Borboleta 88

Ano: 2014

Técnica: Decalque cerâmico

Local: Foz do Iguaçu

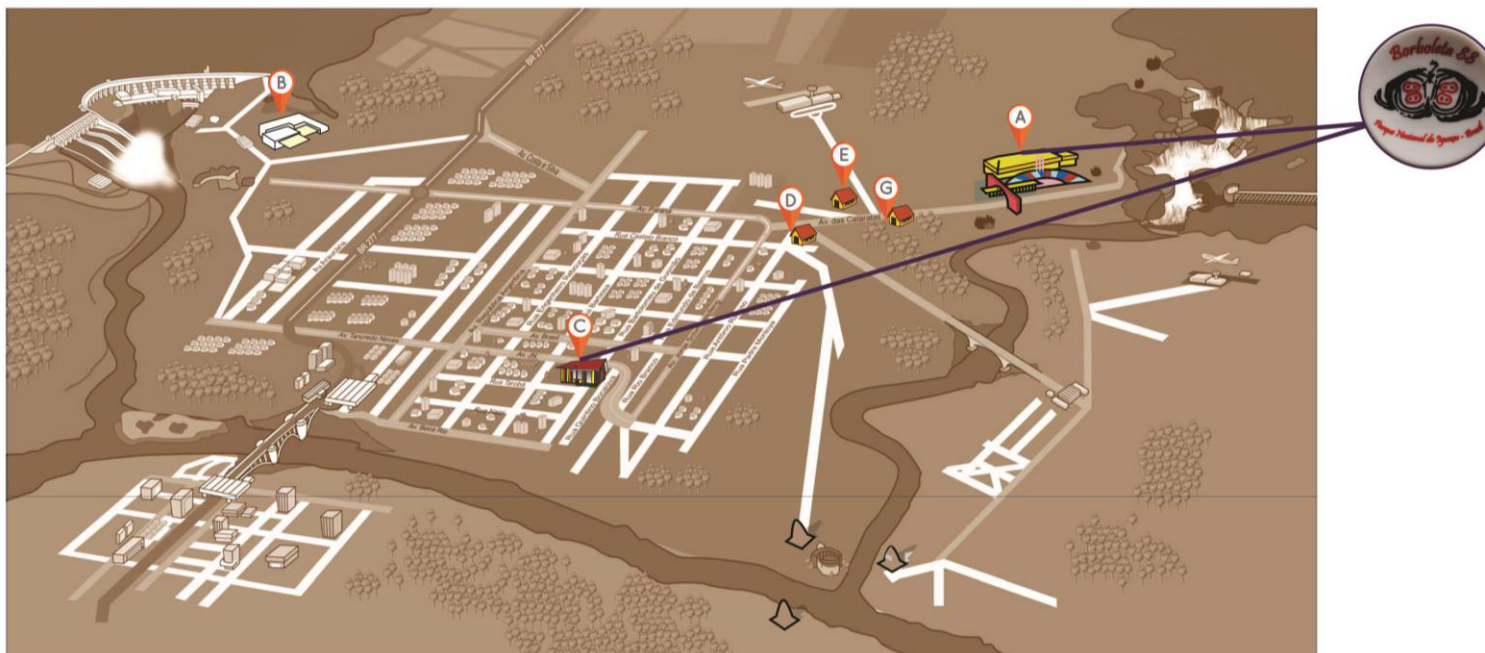
Dimensões (HxD): 0,70 x5 cm

Classificação: PPDI -02 - JUNHO 2015

Foto: Ana Lidia Wolochen Walter

Ao elaborar o mapa de circulação, foi percebido que esse segundo artefato diferencia-se do primeiro, pois, circula na Loja do Parque Nacional do Iguaçu e na COART Matriz.

Mapa de circulação de artefatos



- A - Centro de visitantes Parque Nacional do Iguaçu
- B - Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu
- C - Coart - Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná
- D - Centro de Artesanato de Foz do Iguaçu
- E - Loja Artesanato e Chocolate caseiro
- G - Parque das Aves

 Marcador de pontos de venda de artesanato

Figura 38: Mapa de circulação artefato 2.
Fonte: Da autora, jun. 2015

A artesã comenta os produtos que comercializa e os três locais (COART Matriz, Cataratas e Loja CRV) onde são encontrados seus trabalhos, além de explicar como diferencia os artefatos de cada espaço.

E. Hoje, você, quantos produtos que você comercializa?

N. Eu tenho 5 produtos que eu comercializo para as Cataratas. Que são dois tamanhos de prato, um pergaminho, um pires e um outro tamanho de pires menor. Que são pelas Cataratas que, também, às vezes, eu deixo uma coisa aqui ((Loja COART Matriz)) parecida. Pelo Ñandeva, eu tenho a caneca com vários ícones diferentes e também tenho um prato, tenho porta-chaves de dois tamanhos, tenho mais um outro quadrinho, a colherinha, o dedal, e os pratinhos de imãs. São 8 produtos, que eu lembro agora, que eu tenho para o Ñandeva.

E. Então, aí, você tem produtos lá nas Cataratas e no Ñandeva? Aqui ((Loja COART Matriz)), o que você comercializa? Os dois?

N. É, aqui ((Loja COART Matriz)), uma mescla dos dois. Aqui, por exemplo, assim, um pratinho de imã que eu deixo lá pro Ñandeva, eu deixo igual aqui, mas deixo com outro ícone aqui também.

E. E tem algum produto teu, assim, que está nos três lugares?

N. Não, porque Cataratas não estão comprando produtos Ñandeva. Então, eles ainda que se fosse, por exemplo, só peça, mas o ícone diferente (...) Não, porque o produto que eu deixo do mesmo tamanho para as Cataratas, é outro formato do prato que eu deixo lá para o Ñandeva. Então, o que tem lá nos dois é diferente. (MOGNOL, 2015).

Mognol, portanto, criou uma estratégia de diferenciação de seus produtos. Apesar de muito parecidos e envolvendo as mesmas técnicas, a artesã diferencia o artefato destinado ao Ñandeva com um formato de prato mais liso, iconografia idêntica à referenciada pelo manual de iconografias da região Trinacional e a função de ímã. No artefato 02 destinado à loja do Parque Nacional do Iguaçu, Mognol utiliza um formato de prato possível de empilhar, destacando mais informações na iconografia e acompanhando uma estrutura que expõe o prato em pé. Nota-se que, ambos podem ser encontrados na Loja da COART, mas existe a preocupação da interlocutora em expor artefatos com diferentes ícones nessa loja. Nos objetos aqui observados, nota-se a utilização de uma iconografia similar, de borboletas, diferenciadas entre si; vale lembrar que Mognol utiliza-se também de outras iconografias, como as imagens das Cataratas do Iguaçu, de capivaras, da Itaipu Binacional e da árvore da vida.

Outro fator determinante na diferenciação dos artefatos, comentado pela interlocutora, são as quantidades solicitadas nos diferentes espaços.

N. Os produtos que eu vendo pra eles, ((Cataratas)) esses são os produtos carro chefe, porque lá que vende mais. Esses aqui, exatamente.

E. Esses menorzinhos?

N. Esses menorzinhos (...) é que é assim, eu vendo lá pro Ñandeva cem peças dessas, que eles peçam cinquenta aqui e cinquenta com o imã atrás. As

Cataratas, do outro pratinho, me compram trezentos, quatrocentos. (MOGNOL, 2015).

Observa-se que o volume de circulação de pessoas no Parque Nacional do Iguaçu influi na solicitação de produtos para a artesã. Como comentado anteriormente, a Loja da COART recebe os produtos dos(as) artesãos(ãs) em consignação, já a Loja do CRV faz mediante pagamento na entrega da encomenda, assim como a loja das Cataratas, realizando o pagamento em até 30 dias após a entrega dos produtos. Outro fator observado durante o mapeamento desses dois artefatos está relacionado à disposição dos mesmos nos espaços e seus acionamentos de *status*.

Aqui, se utiliza da ideia de *status* proposta por Kopytoff (2008), o qual entende que os objetos possuem sua própria biografia, percebida em momentos de transição de *status* que os objetos vivenciam quando deslocados de um local para outro, seja no tempo, espaço ou uso. Dentro da Loja CRV, assim como na COART, o artefato 01 possui o *status* de produto artesanal, exposto juntamente com outros artefatos artesanais. Já, na Loja das Cataratas, foi observado que o artefato 02 estava exposto como *souvenirs*, juntamente com outros objetos de procedência industrial, não estando nas gôndolas de exposição destinadas especificamente a produtos artesanais. Diferentemente, ao ser comercializado dentro da Loja da COART, o artefato 02 é incorporado aos demais produtos, acionando um *status* de artefato artesanal.

O terceiro artefato cartografado foi o Prato Cerâmico Árvore da vida, uma peça da artesã Dircéia Braga.



Ficha Técnica – 03/2015

Autor: Dircéia Braga

Título: Prato Cerâmico Árvore da vida

Ano: 2014

Técnica: Decoração em carbonização

Local: Foz do Iguaçu

Dimensões (HxD): 1,50 x 8,57 cm

Classificação: PPD1 -03 - JUNHO 2015

Foto: Ana Lidia Wolochen Walter

O produto da artesã é exclusivamente Ñandeva, sendo comercializado na Loja COART Matriz e Loja Ñandeva no CRV, essa circulação é visualizada no mapa Figura 39. “*Todos os produtos que eu faço são com a iconografia do Ñandeva, então, todos*

podem ser comercializados aqui ((Loja COART Matriz)) como lá ((Loja CRV))” (BRAGA, 2015).

O artefato da artesã é um prato em cerâmica realizado a partir da técnica de placa e bruido²⁹, tendo em seu centro uma pintura realizada pela técnica de carbonização³⁰ com o desenho do principal ícone do Programa Trinacional Ñandeva, a árvore da vida. Para o Programa, a árvore da vida representa a visão da Comunidade Guarani do *Ocoy*, que demonstra a ocasião da formação do Lago de Itaipu através da inundação que estava programada para ocorrer durante alguns meses e em consequência das chuvas fortes na época, o reservatório encheu em poucos dias provocando a necessidade de refúgio dos animais nas copas das árvores. Mognol comenta, durante a entrevista, como essa referência tornou-se uma iconografia.

A primeira árvore da vida quem fez foi o índio, o índio já fazia o bichinho em separado; quando o lago inundou, ele começou a pegar o galho e colocar o bicho. O primeiro grupo que fez a primeira árvore da vida bordado, foi essa daqui ((mostra imagem Figura 39)) que foi o grupo de Santa Helena. Que até outro dia eles estavam querendo *royalties* disso daí, a Gorette estava falando, mas o primeiro quem fez foi os índios, que elas já copiaram dos índios né? (MOGNOL, 2015).



Figura 39: Árvore da vida.

Fonte: Elementos de iconografia das Três Fronteiras, 2007.

²⁹ A técnica de placa consiste em alisar a argila com um rolo de madeira ou pedra até conseguir uma lâmina que deve ser cortada formando placas que poderão ser planas ou curvas, dependendo do objetivo. Já o bruido trata-se de uma fricção intensa e constante sobre a peça, provocada por um objeto duro e liso. Com a fricção constante do objeto na peça resulta um aspecto brilhante no acabamento.

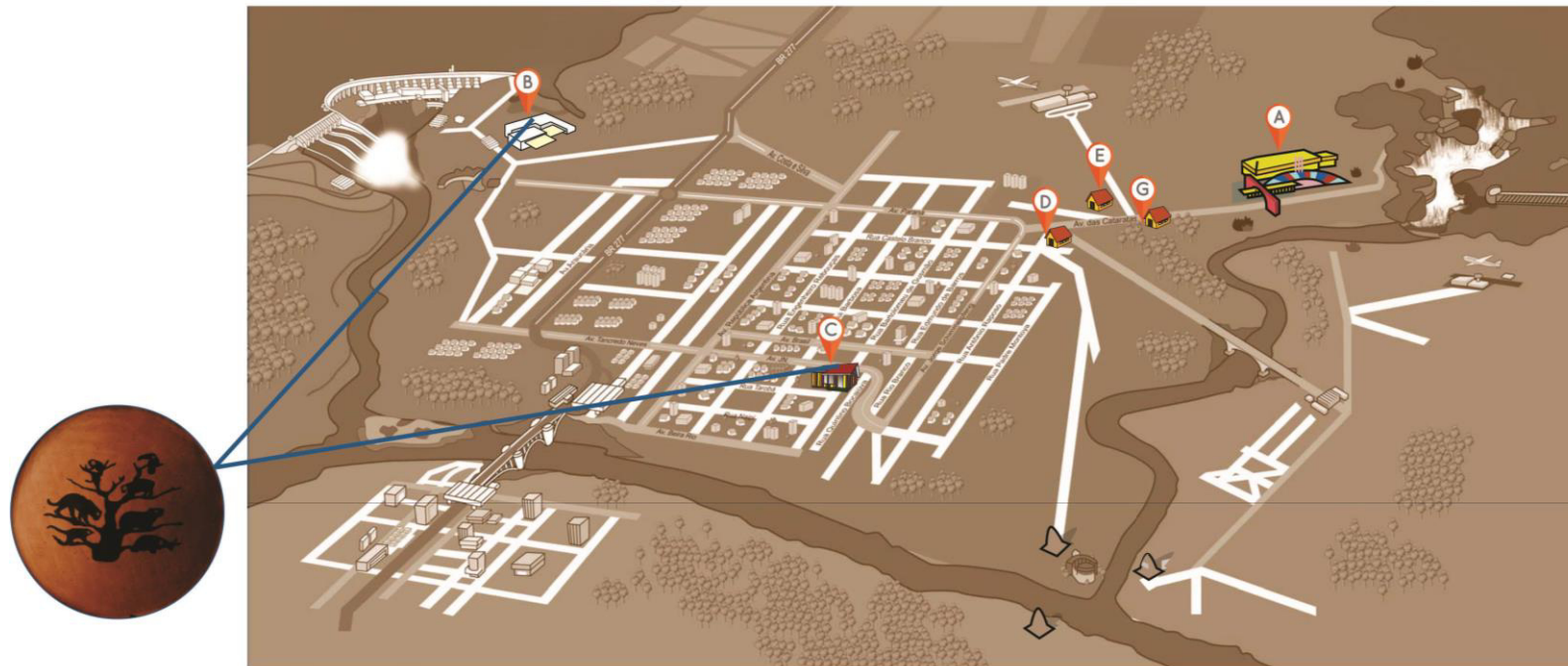
³⁰ A técnica de carbonização consiste em fazer uma queima especial com elementos como folhas secas que, quando em contato com a cerâmica incandescente, entram em combustão e a fumaça produzida penetra na peça, dando a coloração negra.

A peça feita por Dircéia Braga se constitui em um dos principais artefatos citados como corporativos. A artesã recebe várias encomendas de seus produtos por empresas como a Itaipu, o SEBRAE e a Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu.

Quando você vai olhar as peças da Dircéia aqui, as árvores da vida, então assim, um cliente da Itaipu, ele gosta de comprar isso aqui ((mostra o produto)). Ele sempre gosta de comprar também com o ícone dele, sempre! Ele pode até pegar uma Itaipu e uma árvore da vida, uma Itaipu e uma Cataratas. Mas eles compram assim, esse tamanho, mas é sempre corporativo mesmo. Um cliente bom corporativo. (MOGNOL, 2015).

Torna-se importante incluir na circulação desse tipo de artefato outros espaços, que podem não ser visíveis, já que a intenção dos objetos para uso corporativo é presentear sujeitos participantes de eventos realizados pelas empresas.

Mapa de circulação de artefatos



- A - Centro de visitantes Parque Nacional do Iguaçu
- B - Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu
- C - Coart - Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná
- D - Centro de Artesanato de Foz do Iguaçu
- E - Loja Artesanato e Chocolate caseiro
- G - Parque das Aves

 Marcador de pontos de venda de artesanato

Figura 40: Mapa de circulação artefato 3.

Fonte: Da autora, jun. 2015

O quarto artefato cartografado trata-se de uma cuia feita em bambu com desenhos de iconografias pirogravadas³¹. A peça é confeccionada pela artesã Sônia Helbel de Foz do Iguaçu.



Ficha Técnica – 04/2015

Autor: Sônia Regina Barbosa Helbel

Título: Cuias Cataratas do Iguaçu

Ano: 2014

Técnica: Confeção em Bambu e pirografia

Local: Foz do Iguaçu

Dimensões (HxLxP): Cuias 12x6 x5,20 cm | Bomba 7,40x1,20x1,0 cm

Classificação: PPD1 -04 - JUNHO 2015

Foto: Ana Lidia Wolochen Walter

No mapa (Figura 41), é possível visualizar os locais por onde esse artefato circula, sendo dos objetos aqui observados o que se encontra em uma maior variedade de espaços.

O artefato foi visualizado inicialmente na Loja Ñandeva como um produto certificado, posteriormente em visita à loja da COART, foi novamente visto, notando que, nesse espaço, as peças possuíam iconografias distintas, como desenhos que relacionavam a Copa do Mundo de 2014, representando não somente as pertencentes ao Manual de Iconografias da Região Trinacional. O mesmo é comercializado também dentro da Loja do Parque Nacional do Iguaçu, visto que a artesã, assim como Nilse Mognol, faz entregas de encomendas à empresa responsável pela loja das Cataratas. Nessa, por sua vez, o produto foi visto em um espaço reservado ao artesanato regional. Destaca-se, também, que diferentemente dos outros artefatos acompanhados, esse se encontra ainda na loja do Centro de Artesanato. Atualmente, o espaço possui somente duas lojas, uma de objetos em pedras e outra de artesanato em geral. O artefato, nesse caso, é encontrado em meio a uma série de produtos artesanais de outras regiões. Informou-se, também, que esse produto é comercializado na Loja do Parque das Aves, porém, trazendo, em sua configuração, figuras relacionados a pássaros.

³¹ A pirografia é uma técnica de decoração feita a partir de uma ferramenta chamada de pirógrafo, no qual, um fio de níquel-cromo é esquentado produzindo uma brasa de fogo que queima o material, como a madeira e o couro. Ao queimar o material, é que se desenvolve a decoração da peça manualmente.

Mapa de circulação de artefatos




- A - Centro de visitantes Parque Nacional do Iguaçu
 - B - Centro de Recepção de Visitantes da Itaipu
 - C - Coart - Cooperativa de Artesanato da Região Oeste e Sudoeste do Paraná
 - D - Centro de Artesanato de Foz do Iguaçu
 - E - Loja Artesanato e Chocolate caseiro
 - G - Parque das Aves
-  Marcador de pontos de venda de artesanato

Figura 41: Mapa de circulação artefato 4.
Fonte: Da autora, jun. 2015.

Com essas cartografias, é possível perceber que esse artefato circula por diferentes lugares, sempre mantendo o *status* de produto artesanal, seja em meio aos de outras regiões ou em destaque por ser um artesanato local. Evidencia-se o fato do artefato ser certificado como um produto Ñandeva e circular pelos diferentes espaços, carregando as referências iconográficas exclusivas do Programa. Mognol comenta que a artesã já fazia esse produto antes do Ñandeva e também já tinha ligações com outros locais para realizar a comercialização de seus trabalhos:

N. Esses aqui são a Sônia que faz. Ela já fazia antes do Ñandeva. Ela sempre participou das oficinas (...) E, aí, o que vende mesmo é se você faz no ícone das Cataratas, quatizinho, essas coisas, assim.

E. E esse produto eu vi ele lá nas Cataratas.

N. É ela vende. Ela já vendia lá nas Cataratas antes dele ser um produto Ñandeva.

E. Então, aqui, a gente tem ele com outros desenhos? Esse das Cataratas, ela não vende lá na Itaipu?

N. Não, eu acho, ela vende lá também.

(MOGNOL, 2015).

É importante perceber que essas estratégias de venda da artesã interferem não somente para ela como sujeito individual, mas também na coletividade da Cooperativa:

Porque, na verdade, é assim, esses produtos que o artesão já fazia antes (...) é porque, na verdade, lá no começo e está até hoje escrito, que o produto que a gente desenvolveu pelo Ñandeva deveria vender só pela loja COART Ñandeva. Mas, assim, o produto que o artesão já fez antes, que ele já comercializava, se ele só foi pego para fazer uma adaptação e tal, não tem como você dizer não para o artesão. Essa artesã, por exemplo, ela pega nota fiscal aqui da COART para vender para as Cataratas, entendeu? É a COART também que vende de novo. (MOGNOL, 2015).

Dessa maneira, Mognol expõe, ao mesmo tempo que as oficinas do Ñandeva geraram alterações no produto do artesão(ã), auxiliando em sua comercialização, foi imposta uma exclusividade na comercialização, ao certificá-los. No entanto, os(as) artesãos(ãs) encontram estratégias para efetivar outras opções de comercialização.

A partir dos mapas que mostram os espaços por onde esses objetos circulam, é possível destacar estratégias por parte das artesãs e das instituições, destacando as rotas pré-definidas dos artefatos e seus possíveis desvios, incluindo as possibilidades de circulações não visíveis. Na Figura 42, apresenta-se o mapa com os trajetos dos artefatos cartografados, juntos e sobrepostos.

Mapa de circulação de artefatos



Figura 42: Mapa de circulação dos artefatos.
Fonte: Da autora, jun. 2015

Com o mapa geral da circulação, é possível notar que todos os artefatos visualizados possuem como espaço comum de comercialização a Loja da COART Matriz. Isso se dá pelo fato de todos serem confeccionados por artesãs associadas à COART. A Cooperativa disponibiliza o seu espaço para todos(as) os(as) seus(suas) associados(as) como oportunidade de comercialização a todos(as). Percebe-se que os produtos certificados Ñandeva, com algumas adequações, também podem ser comercializados em locais que não sejam as lojas do CRV e da COART Matriz.

Foi observado, durante as visitas aos espaços, que existem diferenças de monetarização dos artefatos. Em locais como Cataratas, Parque das Aves e Centro do Artesanato, os produtos possuem valores de venda diferentes que em lojas como a COART Matriz e a loja CRV. Ao comparar o valor de venda do artefato 04, a cuia em bambu, na loja das Cataratas, verificou-se que ela custa mais que o dobro do preço praticado na Loja do CRV ou COART (o artefato possui o mesmo preço nas duas lojas). Percebe-se que existe um ganho financeiro por parte das empresas que comercializam esses produtos, visto que o preço pago ao artesão(ã) é sempre o mesmo.

Destaca-se ainda que, dos artefatos aqui observados, nenhum foi encontrado na Loja Artesanato e Chocolate Caseiro. A hipótese desses objetos não circularem por esse local pode estar no fato de que essa loja prioriza a venda de produtos artesanais de diferentes regiões que não Foz do Iguaçu. Mesmo assim, alguns cooperados da COART conseguem comercializar dentro desse espaço, mas tratam-se de exceções.

Estes mapas aqui apresentados foram desenvolvidos e são utilizados como dispositivos de estratégia para a análise desta pesquisa, apresentada no próximo Capítulo.

CAPÍTULO 5

MAPEANDO OS ATRAVESSAMENTOS



Fonte: A autora, dez. 2015.

5 MAPEANDO OS ATRAVESSAMENTOS

Retomando o objetivo específico de descrever os atravessamentos entre a Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná e o Programa Trinacional Ñandeva, o propósito deste capítulo é apresentar o conjunto de dados que foram demonstrados no decorrer dos outros capítulos, em paralelo com a estratégia de análise de dados, o Quadro de Temas, as visualidades das similaridades, disputas e tensões na relação entre Ñandeva e COART.

O Quadro de Temas visualizado no Apêndice 11 traz, em sua parte superior, as temáticas gerais tratadas durante as entrevistas semiestruturadas, divididas em: o perfil das entrevistadas; a relação com o Ñandeva; a relação com a COART; a relação de comercialização das lojas e os atravessamentos. Cada um desses tópicos está subdividido e traz os assuntos tratados como: a função das entrevistadas, a técnica e os produtos que realizam, a participação e importância do Ñandeva, a participação na COART, os locais de comercialização, o funcionamento das lojas, as relações gerais entre Ñandeva e COART, as tensões e as contrariedades.

Assim, o Quadro foi preenchido de acordo com as narrativas das interlocutoras, anotadas durante as entrevistas e, posteriormente, transcritas. Para completá-lo, usou-se de um pequeno resumo do conteúdo das narrativas, apontando o número relacionado ao turno onde a interlocutora comenta os assuntos. Essa foi a maneira encontrada para facilitar o acesso da pesquisadora aos trechos completos das falas das entrevistadas.

Para desenvolver os capítulos anteriores foram utilizados, principalmente, os diários de campo. As informações contidas nesse procedimento de coleta de dados foram acessadas e, juntamente com as falas das interlocutoras e as imagens, construíram os capítulos, demonstrando os espaços que a pesquisa percorreu, abrangendo os locais por onde os artefatos circulam e também informando sobre as instituições estudadas. Neste item, a principal estratégia de análise é o Quadro de Temas, porém, torna-se importante destacar que, em paralelo a este, são utilizados os mapas de circulação desenvolvidos no Capítulo 4. Dessa maneira, os trechos de narrativas organizados por assuntos são apoiados nos mapas, para que a circulação dos artefatos possibilite demonstrar as relações sociais existentes.

Este capítulo, em especial, propõe-se a tratar dos atravessamentos, temática que compõe as três últimas colunas do quadro, sendo elas: as relações, as tensões e as contrariedades, ressaltando que nesse momento início a fazer algumas considerações acerca

do assunto, visto que este capítulo trata-se de uma análise. Para dar conta desses assuntos, cada um será tratado em um subcapítulo. Inicia-se com as similaridades nas narrativas que destacam a ideia de parceria entre a COART e o Ñandeva, procurando problematizar que tal ideia é perpassada por uma série de contradições. Posteriormente, ao trazer as narrativas que foram organizadas como tensões, evidenciam-se as estratégias de comercialização dos(as) artesãos(ãs) e, assim, demonstra-se as arenas de disputas existentes na circulação dos artefatos artesanais. Em um terceiro momento, busca-se apresentar as contradições, não especificamente entre as falas das interlocutoras, mas, do ponto de vista conceitual, posto que, muitas vezes, o discurso institucional é realizado de uma maneira diferente da prática.

5.1 UMA PARCERIA

Este item tem o objetivo de apresentar a primeira temática dos atravessamentos, as relações entre o Ñandeva e a COART. Aqui são demonstradas as similaridades das narrativas das interlocutoras, ou seja, aquilo que, com o Quadro de Temas foi visualizado, como os assuntos que as entrevistadas estão de acordo, apresentando, cada uma, sua visão particular.

A opção neste item é trazer as similaridades das narrativas, pelo fato de todas as interlocutoras evidenciarem semelhanças em suas respostas ao considerarem a relação entre o Ñandeva e a COART uma parceria. As narrativas, apesar de inicialmente passarem igualmente a ideia de parceria e de apoio paralelo entre as instituições, apontam para alguns dos atravessamentos existentes nessa relação.

Milioli, trata do assunto a partir de sua visão como funcionária da FPTI, entendendo, como ponto de partida, a contratação da COART como a administradora da comercialização dos produtos da marca Ñandeva. Para ela, esse é o início da relação e, assim, da parceria. *“E daí a relação começou com isso, para eles fazerem a parceria para realizar a comercialização” (MILIOLI, 2015).*

Para a coordenadora, durante os anos de convivência entre a Cooperativa e o Programa houve uma evolução. Ela relaciona isso à qualificação adquirida pelos(as) artesãos(ãs) no decorrer das ações do Programa. *“A relação entre as instituições melhorou muito desde o início da parceria, eles se profissionalizaram(...)”(MILIOLI, 2015).*

Essa perspectiva pode estar relacionada ao fato de que a relação entre as instituições nem sempre foi tranquila, principalmente quando as ações do Programa não tiveram o êxito esperado, gerando certa frustração por parte dos(as) artesãos(as). Nessa situação, pode-se considerar que não houve a adaptação de alguns artesãos(as) aos critérios de certificação, que acabaram não desenvolvendo produtos da marca Ñandeva e deixaram de participar das ações do Programa. Permaneceram, assim, apenas aqueles(as) que acreditaram na proposta de comercialização de produtos da marca, que participaram das ações de capacitação e que, principalmente, se adaptaram aos critérios exigidos pelos designers, entre eles, a qualidade de acabamento do produto e a utilização dos elementos iconográficos da região Trinacional. Somente os que atenderam a esses critérios foram, então, considerados pelo Programa e pela lógica das propostas do SEBRAE como artesãos(as) “profissionalizados”.

Milioli comenta que, a partir do contrato com a Cooperativa, e, conseqüentemente, com a demanda de novos artesãos(as) cooperados(as), o PTI, juntamente com o Ñandeva, começou a auxiliar a COART. *“O PTI apoia na gestão da cooperativa (...) Hoje o apoio na realidade é mais econômico. Que seria, nós apoiamos quando eles precisam, participamos de reuniões, essas coisas. Não financeiramente” (MILIOLI, 2015).*

A coordenadora destaca o fato de não auxiliar financeiramente a Cooperativa, pois, durante a pesquisa de campo ouviu-se relatos de que, em outros momentos, o PTI auxiliou com investimentos em algumas atividades, como, por exemplo, a reforma da loja Matriz da COART, em 2011. Percebe-se que o PTI atua, especificamente, nos fatos relacionados à comercialização dos produtos Ñandeva, pois, existe um controle sobre as ações realizadas dentro da Loja do CRV. Esse auxílio na gestão oferecido pelo PTI, citado pela interlocutora, não foi verificado abrangendo as outras ações da Cooperativa, como os cursos de técnicas artesanais na sede Matriz ou na organização das feiras pela cidade.

Do ponto de vista de Braga, todas as atividades entre o Ñandeva e a COART são realizadas em conjunto. *“Parceria sempre. Qualquer decisão tomada pela COART que envolve Ñandeva é conversado. É parceria sempre” (BRAGA, 2015).* O fato de todas as decisões relacionadas ao Ñandeva, em especial da Loja CRV, serem adotadas juntamente com o Programa justifica-se, pois, a Cooperativa necessita demonstrar resultados à FPTI e ao PTI. A Fundação controla o desempenho da Loja do CRV, visto que é a responsável pelo espaço e é a contratante dos serviços de gestão da

comercialização da marca realizada pela Cooperativa em contrato firmado entre as instituições. Nesse sentido, existe uma lógica de empregado e patrão.

Essa relação corrobora a afirmação de García Canclini (1989) sobre a potencialidade do artesanato em cumprir funções na reprodução social e na divisão do trabalho, para gerar a expansão do capitalismo. O autor relata, em seu texto, os fatores que levaram o artesanato indígena no México a cumprir sua função no capitalismo, que são: as deficiências na estrutura agrária, a necessidade de consumo, o estímulo do turismo e a promoção estatal. No caso, acredita-se que as funções que o artesanato cumpre no sistema capitalista, dentro do cenário observado da cidade de Foz do Iguaçu, são similares às apresentadas por García Canclini (1989), por isso, essas funções aqui serão apresentadas seguindo as definições feitas pelo autor.

Como no caso das deficiências na estrutura agrária do México, em Foz do Iguaçu, a Itaipu Binacional incentivou o desenvolvimento do artesanato durante a construção da hidrelétrica, primeiramente, como prática de ocupação para as mulheres dos funcionários que trabalharam na construção da barragem (como relatado no item 3.3). Da mesma forma, com a conclusão da barragem e a inundação das terras da região para a criação do Lago de Itaipu, o artesanato foi incentivado como possibilidade de renda para as famílias de agricultores que tiveram suas terras alagadas. Os indígenas, também foram incentivados a comercializar suas peças artesanais como possibilidade de renda, pois esses também foram afetados com o impacto da alteração do curso do rio e das áreas alagadas.

Igualmente, a necessidade de consumo é observada no contexto de Foz do Iguaçu. Segundo García Canclini (1989), o artesanato colabora para a regeneração do consumo, já que introduz no modo industrial e urbano artefatos de baixo custo, variados e com imperfeições que permitem sua diferenciação, além de estabelecer relações simbólicas com o modo de vida mais simples, com a natureza e com os indígenas.

Nesse sentido, García Canclini (1989) aponta que os artefatos artesanais, em especial os de origem indígena, são cada vez menos utilizados por suas funções principais no contexto das sociedades agrárias, por serem substituídos por industriais, mais baratos e atrativos. Porém, a produção artesanal é reativada pela crescente demanda de objetos “exóticos” para os consumidores, tanto nacionais como estrangeiros, que podem dar aos artefatos outros significados e usos, diferentes de suas funções tradicionais.

É possível perceber a necessidade especial de inserção dos coletivos indígenas com seus artefatos nas ações do Programa Trinacional Ñandeva, os quais não passaram pelas adaptações e exigências necessárias para a certificação de um produto da marca Ñandeva, pois, ao serem considerados tradicionais, cumprem seu papel de “exóticos” no movimento do consumo. Destaca-se, então, a ideia do autor de que “Esta estrutura aparentemente contraditória mostra que também no espaço do gosto artesanal e industrial, as ‘tradições’ e a ‘modernidade’ implicam-se mutuamente” (GARCÍA CANCLINI, 1989, p. 96, tradução nossa).

Também nesse contexto, percebe-se que o artesanato influencia no turismo e nas ações políticas e ideológicas do Estado. A ideia do pitoresco, do primitivo, dos discursos folclóricos e de ajudar no rendimento de uma comunidade, estimulam o turista a visitar e adquirir algo do local.

Foz do Iguaçu tornou-se um dos principais polos turísticos do país, principalmente pelas paisagens naturais e, com essa oportunidade, a Itaipu Binacional também se transformou em uma referência turística. Com isso, a empresa encontra maneiras de dar apoio para a divulgação e o desenvolvimento de alguns de seus projetos sociais, como no caso das ações do Programa Ñandeva, que tem a sua disposição um espaço exclusivo na área turística para a comercialização dos produtos da marca realizados por artesãos(as) capacitados pela empresa. Assim, o artesanato gera oportunidades para a empresa criar editais que viabilizam o apoio a ações de desenvolvimento para associações, cooperativas, artistas, entre outros, assegurando o compromisso da instituição de auxiliar a comunidade.

Mognol também menciona a relação entre o Ñandeva e a COART como uma parceria. “*Olha a gente sempre teve uma boa convivência*” (MOGNOL, 2015). A interlocutora refere-se ao início do Ñandeva, quando os(as) artesãos(as) da Cooperativa participaram das oficinas de capacitação, fato relatado como uma boa experiência de troca e de aprendizado. Porém, do ponto de vista da gestão comercial, a interlocutora entende que o início da relação partiu de uma necessidade/obrigação. “*A gente sabe, que talvez não o Ñandeva em si, mas o próprio PTI foi obrigado a pegar a COART porque eles não conseguem fazer a gestão comercial*” (MOGNOL, 2015).

Percebe-se uma distinção entre as formas de parcerias que permeiam essas relações. A primeira refere-se ao auxílio direto ao artesão(ã) gerando apoio em sua capacitação, desenvolvimento de produtos e geração de renda, que são objetivos do

Programa Trinacional Ñandeva. Já a outra noção de parceria apontada é a que se refere ao trabalho, ao cumprimento de contrato, prazos e exigências de qualidade.

Ao utilizarem a ideia de parceria em suas narrativas, as interlocutoras reproduzem, em especial, o discurso apresentado pelo Programa Ñandeva, referindo-se ao discurso de Martín-Barbero (2004) que afirma “O discurso é poder, lugar de uma luta específica pelo poder. E essa luta faz parte de suas condições de produção e de circulação” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.70). Para o autor, estudar o discursivo é estudar as relações de poder, que se utiliza do discurso como prática em qualquer nível, familiar, institucional ou do Estado. Ainda sobre a perspectiva do autor, entende-se que o discurso aparece como um espaço social, no qual é fundamentada uma série de hierarquizações na organização de autoridade. Evidenciando que nem todos têm o direito de falar e nem todos podem falar de tudo, ressalta-se a importância de compreender tais discursos e as disputas que ocorrem durante todo o processo. Nesse caso, ao acompanhar a circulação artesanal são evidenciadas e percebidas tensões nessa relação.

O Ñandeva expõe a relação com a Cooperativa como uma parceria feita exclusivamente para colaborar com os(as) artesãos(ãs), mesmo indicando que a gestão da comercialização da marca é de responsabilidade da COART. Em suas publicações, o Ñandeva se apropria dos resultados positivos oriundos da comercialização da marca para afirmar o sucesso de suas propostas. Da mesma forma, a Cooperativa reproduz os discursos do Programa ao ser a gestora da marca, levando adiante suas ideias. Nessa perspectiva, as interlocutoras incorporam, também, os demais discursos propostos pelo Programa, citados no item 3.3 como as ideias de identidade Trinacional e as definições de artesanato e suas categorias.

García Canclini (2013) comenta sobre os vínculos entre artesãos e instituições governamentais na tentativa de modernizar-se, uma situação similar com a que nota-se entre o Programa Ñandeva e a COART. Para o autor, ocorre uma procura por recursos públicos, seja por bens materiais como créditos e empréstimos, ou, por simbólicos como concursos e prêmios. Garcia Canclini (2013), explica que, nessa relação, os artesãos procuram as instituições governamentais que podem emprestar dinheiro, ajudar na comercialização e na proteção de seus trabalhos. Em contrapartida, as instituições os ensinam a utilizar os créditos bancários, sugerem mudanças de técnica e estilo nas peças para favorecer sua venda e também dão visão aos produtos mediante catálogos, vitrines, audiovisuais e publicidade.

Nesse sentido, pode-se afirmar que essa relação acontece tanto entre os(as) artesãos(ãs) que buscam a Cooperativa como instituição pública e forma de apoio, quanto da própria Cooperativa para com o Programa Ñandeva, ambos pertencentes a uma instituição pública de grande porte como a Itaipu Binacional. O Programa Ñandeva afirma-se perante a Cooperativa e os(as) artesãos(ãs), adequando-se ao que é posto por García Canclini, ao afirmar que: “Os artesãos precisam das instituições para reproduzir-se, mas as instituições também precisam dos artesãos para legitimar sua existência por meio do ‘serviço’ que prestam” (GARCÍA CANCLINI, 2013, p.278).

Exposta a principal similaridade nas narrativas das interlocutoras, percebida através do Quadro de Temas, passa-se então para a análise das narrativas que evidenciam tensões nas relações entre o Ñandeva e a COART.

5.2 OS TENSIONAMENTOS NAS PRÁTICAS DA CIRCULAÇÃO

Mesmo com a ideia de parceria, evidente nas falas das colaboradoras desta pesquisa, notou-se que existem diferentes situações e posições que causam alguns tensionamentos nesses discursos e ações. O desenvolvimento deste item baseou-se nas informações organizadas no espaço identificado como “tensões” no Quadro de Temas. Os principais aspectos abordados estão relacionadas às práticas de circulação. Por isso, são retomados, durante a leitura, os mapas apresentados anteriormente, uma vez que eles são a chave para compreender como realmente transcorrem as relações entre as instituições.

Inicia-se trazendo a fala de Milioli ao concluir sua explicação sobre a relação entre o Ñandeva e a COART, relatada no item anterior, destacando a necessidade de união dos artesãos(ãs)- “[...] *o que percebemos é que a COART Cooperativa precisa buscar maior participação dos artesãos, integração entre eles e os artesãos perceberem o quão é importante fazerem parte da cooperativa*” (MILIOLI, 2015).

Esse foi um assunto verificado nas narrativas das interlocutoras que foi adequado no Quadro de Temas, tanto na coluna relacionada à relação entre o Ñandeva e a COART, quanto na coluna das tensões, pelo fato da temática estar presente em diferentes momentos das entrevistas. Para pensar essa situação, retoma-se a discussão realizada no item 4.2 sobre as diferenças de perfis dos(as) artesãos(ãs) associados(as). Tal diferenciação foi relatada, em especial durante o período em campo, para explicar como se dá a formação da Cooperativa. Ao compreender que os(as) cooperados(as)

estão divididos em três principais perfis: os que comercializam para diferentes lugares, seja na cidade de Foz do Iguaçu ou em outras; os que participam do Programa Ñandeva e que confeccionam itens da marca e aqueles artesãos(ãs) que participam das feiras locais que, mesmo tendo produtos da marca Ñandeva, desenvolvem outros direcionados para o público da comunidade. Compreende-se que tal divisão interfere nas atividades realizadas pela Cooperativa. Essa situação é evidenciada por Braga em suas falas:

Na verdade a gente está vivendo um momento difícil, de união entre os artesãos, porque, depois do Ñandeva, houve talvez um sentimento de decepção por parte de alguns, que participaram do Ñandeva e não conseguiram que seus produtos fossem aprovados e aí se desencantaram. (...) talvez tenha sido isso. São problemas, né? Que acontecem. (BRAGA, 2015).

Braga destaca que essa situação de desunião pode estar relacionada ao fato, já comentado, de que artesãos(ãs) antes associados à Cooperativa ao participarem das ações do Programa se decepcionaram por não terem seus trabalhos, anteriormente comercializados, certificados com a marca Ñandeva.

Nota-se que essa divisão é resultado da influência das ações do Ñandeva dentro da Cooperativa, nesse caso, em específico, ao propor adaptações nos produtos e exigências de acabamento que, muitas vezes, não eram do interesse do(da) artesão(ã) ou, em alguns casos, que o(a) artesão(ã) não conseguiu ter êxito ao realizar essas adaptações em seus trabalhos, sendo então inviabilizado de comercializar seus produtos com a marca Ñandeva. Vale lembrar que essa ação de aprovar ou não um produto foi uma incumbência incorporada pela profissional designer. Nesse fator, o designer teve responsabilidade na seleção de artesãos(ãs), os quais considerou aptos ou não, para desenvolver os produtos da marca.

Braga complementa sua fala, ao demonstrar a necessidade dos(as) artesão(ãs) em compreender o verdadeiro sentido de cooperativismo. *“Mas, no meu ponto de vista, os artesãos, eles precisariam reconhecer que é uma cooperativa. E o objetivo de uma cooperativa não é ter lucro, o objetivo de uma cooperativa é fortalecer o segmento”* (BRAGA, 2015).

Desse modo, Braga abre para a observação de que a Cooperativa passa por um tensionamento em relação a sua estrutura organizacional. Dentre os três principais perfis, aquele que mais movimentou os rendimentos da COART foi o de cooperados que comercializam para outros lugares, além das lojas administradas pela Cooperativa. Dessa forma, observa-se que existe uma preocupação voltada aos artesãos(ãs) que não

se adaptaram às ações do Ñandeva, porém, se obscurece a importância dos demais, evidenciando que possivelmente não se trata de falta de interesse dos(as) artesãos(ãs) na Cooperativa, mas que a COART propõe objetivos diferentes dos almejados por esses artesãos(ãs). Tal fato pode ser interpretado na continuação da fala de Braga:

Então, se a gente conseguir fazer um trabalho de envolver todos os artesãos (...) porque a cidade tem muitos artesãos, e cinquenta e poucos artesãos são poucos para nós. A gente precisaria fazer um trabalho de unificação e trazer esses artesãos para nós. Mas, no sentido de trazer benefícios para eles também e de fortalecer, porque é uma cooperativa! E cooperativa tem o objetivo maior de **auxiliar os seus cooperados**, trabalhando junto, aumentando a renda de cada um, dando oportunidade para que cada artesão aprimore sua técnica, desenvolva produtos melhores, que tenha a iconografia, que tenha elemento cultural, que tenha representatividade, sei lá, que conte uma história e que seja inovador, que encante. Hoje eu sinto que a COART, ela não está conseguindo fazer esse elo de ligação com todo mundo. (BRAGA, 2015).

Ao mesmo tempo em que a interlocutora entende a necessidade de unificação dos(as) artesãos(ãs) pelo bem comum, visto que esse é o objetivo de uma cooperativa, Braga toma os discursos do Programa Ñandeva e do SEBRAE como as principais possibilidades de melhorar essa situação. Ao propor “*que cada artesão aprimore sua técnica, desenvolva produtos melhores, que tenha a iconografia, que tenha elemento cultural, que tenha representatividade...*” (BRAGA, 2015) a artesã fixa o objetivo em novamente adaptar todos(as) os(as) artesãos(ãs) às práticas das ações dessas instituições.

Ao tratar da individualização do artesão perante a comunidade, García Canclini (1989) aponta para uma questão importante que pode ser verificada no contexto entre a Cooperativa e o Programa. O fato de intermediadores privados, assim como algumas instituições estatais que promovem o artesanato, fomentarem, em suas práticas, a divisão dos indivíduos perante a comunidade. Para o autor (1989, p. 123), essa divisão acontece tanto nas relações econômicas, ao selecionar os(as) artesãos(ãs) de melhor ofício, tratando-os separadamente e incitando a competição entre eles, quanto do ponto de vista político, ao aguçar os enfrentamentos pré-existentes entre grupos e líderes, mediante a distribuição de crédito e a exigência de exclusividade.

Segundo o Termo de Referência do artesanato elaborado pelo SEBRAE, faz parte da característica do(a) artesão(ã) ser individual, por isso a instituição busca a capacitação gradual desses artesãos(ãs).

Outra característica marcante dos artesãos é seu comportamento individualista. [...] Este modo de trabalho dificulta a realização de um programa de capacitação ou de ações cooperadas. Portanto, um programa de capacitação para artesãos deve levar em conta estas particularidades, estruturando-se em módulos sucessivos, com um calendário compatível com seu tempo de produção, iniciando-se por um processo de sensibilização com ganhos crescentes de confiança e participação. (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 36).

Portanto, o tensionamento, que se pretende destacar neste momento, é de que a Cooperativa e o Programa percebem a dificuldade de união dos cooperados, mas não evidenciam que tal dificuldade de cooperação na COART pode ter sido influenciada pelas interferências das ações propostas pelo SEBRAE, incorporadas pelo Programa Trinacional Ñandeva; que tal divisão interna da estrutura da Cooperativa pode ser resultado da diferença de objetivos entre os(as) artesãos(ãs) como também da inserção obrigatória de novos associados(as) para a comercialização de produtos certificados. Compreender esse tensionamento existente é chave para verificar os demais que acontecem na lógica das atividades entre as instituições.

Neste segundo momento, pretende-se demonstrar outro fator verificado como uma tensão, partindo da necessidade de diferenciação da marca. Como demonstrado no item 3.3, o Ñandeva se posicionou como um Programa de desenvolvimento do artesanato que alcançou reconhecimento através da sua marca de produtos. Dessa maneira, ao observar a circulação artesanal em Foz do Iguaçu, repara-se no fator da marca como diferenciação. Milioli explica o porquê da necessidade de certificação dos produtos: *“Precisa ser certificado, é isso que diferencia a marca. Porque na realidade eles chegam com pano de louça, aqueles tapetes que todo mundo faz, sem identidade, não por ser o tapete, porque se for com uma identidade, poderia estar vendendo”* (MILIOLI, 2015).

Percebeu-se que a intenção do Programa em diferenciar a marca é atingir um público específico, o de turistas que circulam pela cidade de Foz do Iguaçu e região. Para isso, o Programa baseia-se no Termo de Referência do SEBRAE (2010) que indica a necessidade do artesanato identificar claramente o seu local de origem, que, no caso do Programa, foi a inserção dos elementos iconográficos da Tríplice Fronteira nos produtos. Todo produto que recebe a certificação trata-se de um artefato artesanal, visto que o Programa é voltado especificamente para o desenvolvimento do artesanato. Essa definição é baseada nos conceitos, já apresentados, que determinam o que é artesanato e

suas categorias, mas, ao retomar o termo de Referência do SEBRAE (2010) pode-se notar que tais definições nem sempre se adequam aos artefatos observados.

Tendo em vista essa perspectiva, analisam-se os espaços de circulação dos objetos (Figura 42), iniciando pelo artefato 03 (prato cerâmico da artesã Dircéia Braga), o qual foi identificado como legitimamente um produto da marca Ñandeva. Esse traz, em sua composição, a iconografia da árvore da vida, reconhecida como a principal dos Elementos da Região Trinacional e circula exclusivamente pelos espaços administrados pela COART, o que afirma sua característica de um produto da marca. A partir do Termo de Referência (2010), percebe-se que esse artefato pode ser definido como artesanato de referência cultural, visto que o mesmo foi elaborado dentro das ações do Ñandeva, seguindo as suas determinações. Dessa maneira, entende-se que a proposta do Programa é a de que os(as) artesãos(as) confeccionem apenas a categoria de artesanato de referência cultural, pois tratam-se de artefatos “concebidos dentro de uma lógica de mercado, orientados para a demanda, acompanhados por designers, tendo como referência os elementos mais expressivos e significativos da cultura regional” (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 41).

Da mesma forma, ao observar o Mapa de Circulação (Figura 42) compara-se os artefatos 01 e 02 (Tabela 4), que apesar de serem similares, suas diferenças evidenciam dois tensionamentos existentes entre os discursos expostos pelo Programa Ñandeva e a real situação existente na produção e circulação desses, que interfere nas relações entre as instituições.

Tabela 4: Artefatos 01 e 02



Fonte: Da autora, 2015.

Ao analisar o artefato 01, nota-se que ele segue a mesma trajetória do artefato 03, o que de imediato pode defini-lo como originalmente um produto Ñandeva e, baseado nos conceitos seguidos pelo Programa, classifica-se como um artesanato de

referência cultural. Observa-se que, no caso do artefato 02, mudanças em sua estrutura o colocam em outra posição perante a circulação artesanal em Foz do Iguaçu; esse traz em sua composição o uso da iconografia “borboleta 88”, pertencente ao livro de elementos iconográficos da Tríplice Fronteira, uma das características de diferenciação de marca dos produtos Ñandeva.

Na estratégia encontrada pela artesã, a inserção de outros elementos modifica o artefato daquele certificado. Ele possui uma estrutura de plástico, que dá uma função decorativa diferente do artefato 01, denominado, um imã para geladeira. Da mesma forma, a artesã insere elementos gráficos junto à iconografia, uma referência ao Parque Nacional do Iguaçu. Essa estratégia pensada e realizada pela artesã é uma maneira de atender à demanda de um espaço de comercialização importante na cidade que é o Parque Nacional do Iguaçu. A artesã utiliza-se dos conhecimentos adquiridos nas oficinas de capacitação oferecidas pelo Ñandeva para desenvolver sua linha de produtos para os diferentes espaços de comercialização. Ao distinguir os produtos, nota-se que o artefato 02 segue uma nova trajetória, que modifica, inclusive, o seu sentido de objeto no mundo.

Quando o artefato 02 é inserido na circulação artesanal da cidade, sendo destinado especialmente para a Loja das Cataratas, percebe-se que esse é posicionado como um *souvenir*, pois foi localizado em prateleiras específicas para essa tipologia de produtos. Dessa maneira, pode-se entender que, diferentemente do artefato 01, ele se adequa à proposta de *industrianato* que o SEBRAE define.

Embora uma das características do artesanato seja o fato de ele ser resultante de um modo de produção rudimentar em pequena escala; alguns casos, como a produção cerâmica ou a fundição de metais – que utilizam em seus processos produtivos formas ou moldes para obter a forma básica dos produtos, permitindo uma produção seriada – poderão ser atendidos em ações específicas de design, por meio do desenvolvimento de produtos inspirados na iconografia regional, visando agregar valor cultural a estes produtos. (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 36).

Nota-se que nessa perspectiva, o *industrianato* é uma subcategoria do artesanato, criada para abranger algumas formas específicas de produção de produtos. Ao pensar o artefato 02, mesmo ele não sendo essencialmente manual, traz o uso de iconografias, o que abrange a intenção de “agregar valor cultural”, que também faz parte da ideia da categoria de artesanato de referência cultural. Dessa maneira, dificulta-se a interpretação

da qual categoria, das definidas pelo SEBRAE e utilizadas pelo Programa Ñandeva, refere-se o artefato 02.

Entende-se que esse artefato, ao tratar-se de uma mercadoria, modifica seu *status* de acordo com a situação em que se encontra perante sua vida social. Para compreender o que acontece com o artefato, percebe-se a partir do que Appadurai (2008, p. 29) define como regimes de valor. O autor utiliza-se desse termo por acreditar que nem todo o ato de troca de mercadorias pressupõe um quadro cultural em que se compartilhe uma totalidade de crenças, pois, os objetos econômicos circulam em diferentes regimes de valor no tempo e no espaço. Quando o artefato 02 circula pela loja CRV, iguala-se ao artefato 01 sendo considerado, portanto, um artesanato, que pode ser categorizado como um artesanato de referência cultural.

Ao participar de outro circuito, o qual inclui a loja das Cataratas, o artefato 02 perde sua característica de artesanato e iguala-se aos demais, ditos industriais. Do ponto de vista das ações do SEBRAE, o artefato 02 se mantém um artesanato, com a diferença de pertencer, nesse caso, à categoria de *industriano*, visto que não é totalmente produzido manualmente, mas, em contrapartida, contempla a característica de valor cultural. Pela visão da concessionária que administra a Loja das Cataratas, verificou-se que esse se trata de um artefato industrial, pois não demonstra evidências de sua produção ser manual.

Em entrevista, Mognol comenta que, para a confecção de seus produtos, adquire as peças em porcelana através de encomendas para fábricas de outras cidades. “*Eu faço também mais esse modelo, aqui, que é um modelo que eu ainda consigo comprar de Campo Largo, que a maioria delas são de fora*” (MOGNOL, 2015). Além disso, ela desenvolveu o que chama de “adesivos” com as iconografias para realizar o decalque nas peças. Destaca-se que, a utilização dos decalques pela artesã é uma estratégia desenvolvida visto que, a mesma domina a técnica da pintura em porcelana. De acordo com a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro (2012, p.12) não é artesanato “Trabalho realizado a partir de simples montagem, com peças industrializadas e/ou produzidas por outras pessoas.” A partir dessa interpretação de produção, percebe-se que nem mesmo as definições de *industriano* se adequam a esse artefato, já que as peças e as iconografias são produções realizadas por terceiros.

Dessa maneira, afirma-se que, ao observar a circulação artesanal em Foz do Iguaçu, o artefato 02 possui diferentes regimes de valor: o de artefato artesanal dentro do circuito de comercialização na Loja do CRV que o aproxima de um produto Ñandeva

e o de artefato industrial dentro do circuito de lojas do Parque Nacional do Iguaçu, percebendo que o público que se pretende atingir, nesses casos, é o mesmo, o de turistas, tornou-se importante trazer as definições de artesanato seguidas pelo Programa para pensá-las quanto seu desenvolvimento e uso.

As propostas do Termo de Referência de Atuação do Sistema SEBRAE no Artesanato (2010) têm sua primeira versão elaborada em 2004. Foi identificado como um dos principais sujeitos que participaram da elaboração desse trabalho o designer Eduardo Barroso Neto. Segundo sua autobiografia³², Eduardo Barroso Neto é artista plástico e atuou diversos anos em projetos de design, lecionou em diferentes universidades, ministrou cursos no Brasil e em outros países, além de ter forte influência na criação e organização dos principais congressos, concursos e demais eventos da área. Em 1994, envolve-se com a temática do artesanato, ao ser convidado a elaborar um Programa de Design para apoiar o setor artesanal na Colômbia. Em 1997, o designer é convidado a participar do Programa Via Brasil e do Programa de artesanato do Piauí elaborados pelo SEBRAE. A partir de então, Barroso insere-se em uma série de programas e projetos de desenvolvimento do artesanato juntamente com o SEBRAE. Em 2002, coordena a pesquisa “Memória do Artesanato Brasileiro”, realizada pelos 27 estados. Em 2003, redige o Termo de Referência do SEBRAE e coordena o projeto de pesquisa iconográfica do Paraná e do Maranhão.

Justifica-se apresentar um fragmento da autobiografia de Barroso para demonstrar que esse designer coordenou e/ou criou os principais programas que embrionaram o Programa Trinacional Ñandeva. Durante a pesquisa, percebeu-se que todos esses programas e projetos citados, assim como outros desenvolvidos pelo SEBRAE, possuem a mesma base teórica, as definições elaboradas por Eduardo Barroso, que definem conceitos e categorias de artesanato, assim como trazem o passo a passo do desenvolvimento do artesanato, sempre ligado à interferência do design. Eduardo Barroso elaborou estratégias de atuação para grupos de artesãos(ãs) baseadas em projetos de design; criou critérios de qualidade e exigências de uso de iconografias como valor cultural.

Percebe-se que existe uma reprodução desde a primeira versão dessas ações executadas pelo SEBRAE. Tal reprodução é fortalecida pelo apoio do Estado, tanto que nota-se uma evolução do Termo de Referência do Artesanato elaborada pelo SEBRAE.

³² Autobiografia de Eduardo Barroso Neto publicada em sua página pessoal. Disponível em: <<https://plus.google.com/104829731554162931693/about>> acessada em: 20 nov. 2015.

Sua primeira versão foi publicada em 2004, sendo atualizada em 2010, período no qual foi aprovada a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro, através da Portaria nº 29, de outubro de 2010, que contém fragmentos muito similares ao Termo de Referência do Artesanato. A Base Conceitual do Artesanato Brasileiro foi publicada, em sua versão oficial, em 2012; elaborada para o Programa do Artesanato Brasileiro que é coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Dessa maneira, nota-se que existe tensão entre as políticas públicas de incentivo ao artesanato e que, apesar de haverem demonstrado problemas em sua execução, continuam sendo reproduzidas, sem as devidas alterações ou adaptações de acordo com a comunidade/grupo de trabalho.

Com base nas afirmações de que a certificação é o que diferencia a marca Ñandeva, apresenta-se outra tensão observada durante a elaboração dos mapas de circulação em diálogo com o Quadro de Temas. Ao observar no mapa (Figura 42) o artefato 04 (cuiá em bambu), nota-se que esse circula por distintos espaços de comercialização em Foz do Iguaçu. Diferentemente do artefato 02 que, ao circular pela loja da COART Matriz e Cataratas, possui diferentes regimes de valor, pois, é considerado em um local como artesanato e no outro como *souvenir*, o artefato 04, ao circular, mantém sua posição de produto artesanal; esse, como explicado por Mognol, trata-se de um produto realizado pela artesã antes mesmo das ações do Ñandeva. Segundo a interlocutora, esse artefato passou por algumas adaptações; assim, percebe-se que apesar de existir uma obrigatoriedade de produtos certificados Ñandeva serem comercializados apenas por espaços administrados pela COART, esse circula por outros locais, visto que se trata de uma maneira de rendimentos tanto para a Cooperativa quanto para o(a) artesão(ã).

Nesse sentido, o que se evidencia é o fato de que a intenção de marca como diferenciação articulada nos discursos do Ñandeva não se aplica para todos os produtos. Torna-se importante demonstrar que, mesmo mantendo o *status* de artefato artesanal ao circular por diferentes espaços, o artefato 04, assim como o artefato 02, possuem uma variação de valor econômico. Tal variação se deve ao fato de que a administração desses outros espaços insere porcentagens de valores destinados ao lucro da empresa. Esse assunto foi verificado ao completar o Quadro de Temas e trata-se de uma similaridade nas falas das interlocutoras, pois todas acreditam que os demais espaços de comercialização artesanal em Foz do Iguaçu são “agressivos”.

Então, eu vejo muito comercial. Muito comercial mesmo. Eles não têm esse lado social, tipo ajudar a cidade com os artesãos locais. Eles não pensam nessa questão. Eles são muito agressivos, querem o preço muito baixo. Eles compram, mas o preço é baixo e o produto tem que vender se não (...) Aí nesse ponto, a Cataratas ainda é o mais maleável (MOGNOL, 2015).

Mognol comenta sobre o “lado social” ao comparar os demais locais de comercialização aos espaços Ñandeva, em parceria com a COART. Do ponto de vista dela, existe a intenção social de auxiliar o(a) artesão(ã). Milioli, também nota que os demais pontos de comercialização se interessam mais pelo lucro.

Eu sei que comercializa bastante os pontos lá da Avenida das Cataratas, que inclusive a COART já tentou por várias vezes colocar os produtos dos artesãos para comercialização naqueles pontos, porém, não consegue devido às empresas serem totalmente com fins lucrativos e que não fazem filantropia, ou seja, querem preços, o que fica inviável os artesãos atenderem; como sempre falamos, o artesão leva 1000 minutos para fazer um peça, enquanto que a indústria produz 1000 peças em um minuto (MILIOLI, 2015).

A interlocutora, além de deixar claro que acredita na diferença entre as lojas Ñandeva CRV e COART Matriz em relação aos demais espaços de comercialização de Foz do Iguaçu, justifica a dificuldade dos artesãos em se adaptarem ao ritmo de pedidos para essas empresas a preços muito baixos. Seguindo a mesma opinião, Braga evidencia que, além da dificuldade de comercialização mais justa nesses outros espaços, eles não possuem o diferencial que existente nas Lojas Ñandeva e COART Matriz. *“Talvez eles não tenham essa preocupação que a gente tem, né? De que cada peça conte uma história, de que tem um porquê. Talvez o pensamento deles, mesmo, é algo atraente pro turista e que o turista **compre**”*(BRAGA, 2015).

Nessas narrativas percebe-se que, além da Loja do CRV e da Loja Matriz, existe uma dificuldade do(a) artesão(ã) em inserir-se no circuito geral de comercialização artesanal na cidade de Foz do Iguaçu. Para as entrevistadas, as lojas administradas pela Cooperativa são as melhores opções para o(a) artesão(ã) visto que, ao unir-se às ações de um Programa como o Ñandeva, recebem auxílio sem a exploração das disputas do mercado. O que se notou é que com as necessidades geradas, sejam pela dificuldade de adaptação às normas de certificação, pela divisão interna dos(as) artesãos(ãs) na Cooperativa, pela intenção de comercializar diferentes produtos ou pela busca de maior ganho financeiro, os(as) artesãos(ãs) encontram outras possibilidades de comercialização que muitas vezes são desconhecidas ou obscurecidas pelas instituições.

Dessa forma, foram apontados alguns dos diferentes tensionamentos existentes na circulação artesanal no contexto de Foz do Iguaçu, percebendo que, no fluxo das mercadorias, existem trocas na vida social das coisas que envolvem diferentes negociações. Appadurai (2008) coloca que a política é o que vincula valor e troca na vida social das coisas, ela trata do vínculo entre os regimes de valor e fluxos de mercadorias específicas. Assim, pode-se compreender que, na circulação dos artefatos aqui apresentados, bem como nas falas das interlocutoras, evidencia-se uma arena de disputas que relacionam o sentido discursivo das instituições e as circulações, formadas por diversos desvios de rotas corriqueiras, possíveis de se tornarem novas rotas definidas.

5.3 AS CONTRARIEDADES NOS DISCURSOS

Ao perceber que nem todas as falas das entrevistadas convergiram para com os discursos e as ideias explicitadas pelas instituições, algumas declarações chamaram a atenção. Essas foram alocadas no espaço nomeado de contrariedades, no Quadro de Temas. Nota-se que, ao tratar dos atravessamentos, as contrariedades que surgiram foram diferentes para cada uma das interlocutoras. A intenção neste item não é aprofundar considerações sobre essas narrativas discordantes, mas apresentá-las, como evidência de que as tensões permeiam as relações aqui observadas.

Inicia-se pela explicação dada por Braga, durante uma conversa, ao selecionar um artefato que tem um número considerável de vendas. A interlocutora foi motivada a comentar sobre o produto, no caso certificado Ñandeva, que não possuía iconografia.

D. Ela é tingida com produtos naturais. Ela faz todo o pigmento com folhas, com tintas que ela tira das folhas, das plantas.

E. E esse aqui é comercializado aqui e lá?

D. Isso.

E. E tem em algum outro lugar? Ela comercializa em algum outro lugar?

D. Ela participa de feiras, ela vai para a Argentina, ela vende!

E. E esses, eles não têm uma iconografia, né?

D. Não têm uma iconografia trabalhada pelo Ñandeva, mas ele não deixa de representar a cultura por essa história das plantas, da pigmentação (BRAGA, 2015).

Ao definir que um produto não apresenta algum elemento iconográfico que represente a região Trinacional, com base em tudo que foi demonstrado até o presente momento, interpreta-se, que esse não pode ser certificado como um artefato da marca

Ñandeva. Certificá-lo contraria as falas da coordenadora do Ñandeva e as próprias definições do Programa, porém, nesse, a interlocutora deixa claro que se trata de uma exceção. Ao compreender que a pigmentação do objeto é extraída de plantas da região, faz com que esse produto adeque-se à proposta de transmitir um valor cultural. Dessa maneira, entende-se que a proposta desse artefato artesanal foi aceita pelo Programa por adequar-se também à definição de artesanato conceitual, que é:

[...] aquele desenvolvido por grupos de indivíduos com algum tipo de formação artística, que imprimem em seus produtos algum conceito cultural e/ou ambiental e não se prende aos aspectos da cultura regional, predomina a produção de pequenas séries onde a inovação é seu diferencial. (MANSCÊNE E TEDESCHI, 2010, p. 42).

Notou-se, durante a pesquisa exploratória que, apesar de poucos, existem artefatos que não possuem nenhuma iconografia, ou seja, não trazem nenhuma figura baseada ou pertencente ao livro de Elementos Iconográficos da Tríplice Fronteira em sua composição, mas que são originalmente certificados como produtos Ñandeva por terem sido desenvolvidos dentro das ações do Programa e adequarem-se às demais exigências. Nesse sentido, a ausência de iconografia não é percebida como um erro mas, como outra forma de comunicar sobre a cultura local.

Ainda considerando as contrariedades que foram percebidas nas análises do Quadro de Temas, Milioli demonstra ter consciência de um tensionamento importante existente no Programa Trinacional Ñandeva. Para ela, o Programa tornou-se elitizado. *“Ele ((Ñandeva)) capacitou muitas pessoas, só que, no final, ele acabou ficando elitizado e não atendeu toda a comunidade em si, apesar de ter atendido um bom público”* (MILIOLI, 2015).

Esse é um tema que a coordenadora do Programa tem tentado mudar em sua proposta de alteração de metodologia. Seu objetivo é abranger um público que se diferencie do atual participante do Ñandeva. Ao definir o termo “elitizado”, a entrevistada refere-se às condições sociais dos artesãos(ãs) do Ñandeva, com vários anos de experiência em artesanato, qualificados perante a perspectiva do Programa e que em boa parte utilizam-se do artesanato como renda complementar. Milioli justifica-se:

Infelizmente toda inclusão gera alguma exclusão, alguns públicos de certa forma ficaram excluídos, por não dominarem uma técnica. Você sabe que não é em qualquer esquina que se encontra artesão com o nível dos que fazem parte do projeto. E a importância do projeto nos municípios que,

devido ao trabalho desenvolvido, hoje, temos demandas de prefeituras, de outras entidades de todo Brasil para replicação do trabalho que foi realizado; e, isso é uma resposta da importância do projeto para a comunidade em geral. (MILIOLI, 2015).

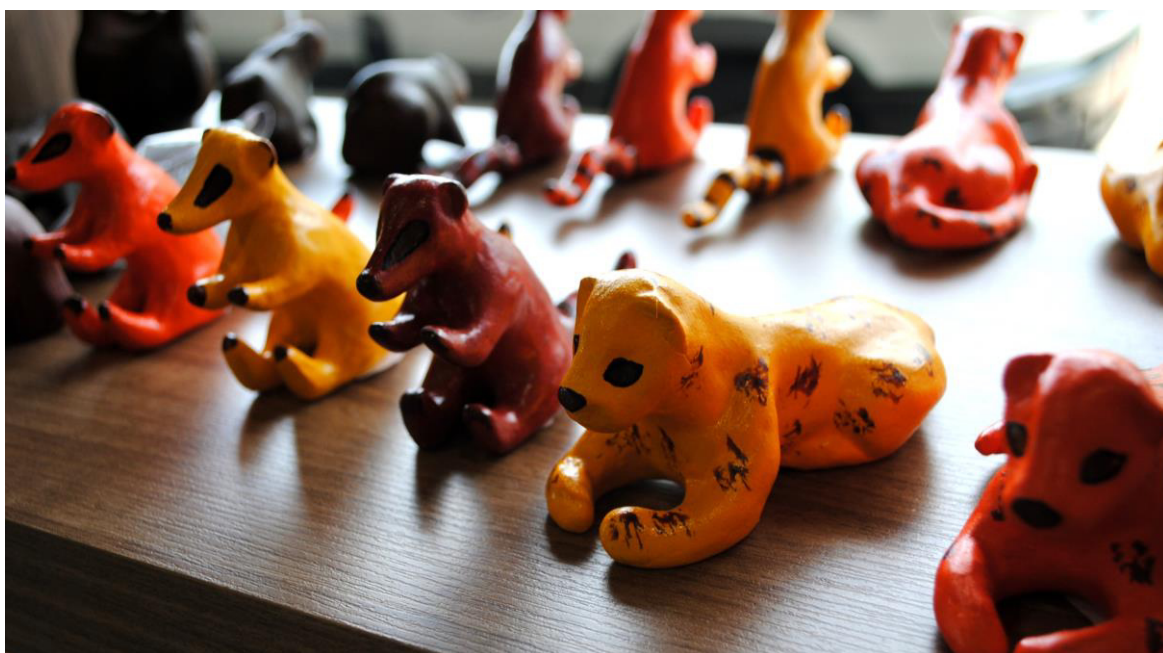
Mesmo não tendo inserido diferentes públicos, a interlocutora acredita que o Programa tenha cumprido sua função enquanto projeto social destinado à comunidade. Nessa relação entre o Programa e a Cooperativa, fica claro que algumas contrariedades acontecem, inclusive por tratar-se de um período de modificações. Mognol, ao comentar sobre essa relação, expõe uma fala que contraria as narrativas anteriores que demonstram parceria entre as instituições.

Então, nesse momento não tem Ñandeva. O que tem é uma loja que é a COART, que existe um contrato para a comercialização daqueles produtos que já existiam. Mas, nesse momento, ele como Ñandeva, ele não está fazendo nada também, ele está parado. Porque tem vários entraves lá, que não estão indo, né? Ele indo para o lado social, que é o que ele está indo. Porque eles reformularam **todos** os regulamentos, eles podem dar certo, mas não vai ser fácil (MOGNOL, 2015).

As modificações nos processos, a inserção de novas regras, um novo posicionamento no mercado, as demandas de novas políticas públicas fazem com que relações como as existentes entre a COART e o Ñandeva sejam tensionadas cada vez mais. Optou-se por apresentar essa narrativa, pois, ela adequa-se na proposta de contrariedades verificadas, mas ela não será aprofundada, visto que trata-se de um novo momento entre as instituições e que não abrange o recorte proposto para esta pesquisa.

CAPÍTULO 6

CONSIDERAÇÕES



Fonte: A autora, out. 2014.

6 CONSIDERAÇÕES

A meta inicial desta pesquisa foi a aproximação com o Programa Trinacional Ñandeva, localizado na região de Tríplice Fronteira e seus desdobramentos, que permitisse delinear o problema e os objetivos da pesquisa. Enquanto pesquisadora, a dificuldade sentida, ao retornar do momento em campo, foi a de distanciar-se dos discursos que foram tão bem apresentados pelos informantes “oficiais” do Programa Ñandeva e pela instituição Itaipu Binacional. Ao abrir as possibilidades de visualização, conheci a Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná e, assim, percebi que a Cooperativa e o Programa estavam diretamente ligados. Só então consegui identificar possibilidades de discussões para o estudo e, posteriormente, elaborar uma questão que me desse a oportunidade de verificar um pouco além do que os sujeitos poderiam apresentar.

Dedicar-se à circulação artesanal tornou-se fundamental para esta pesquisa. A perspectiva da cultura material, antes por mim desconhecida, auxiliou a identificar fatos que são normalmente obscurecidos na vida social das coisas. Acompanhar cada artefato, visitar cada espaço e cartografar esses circuitos tornou-se um momento prazeroso da pesquisa, pois a cada novo traçado descobria fatos que contavam não apenas a história daquele artefato, mas, também de sujeitos e de instituições.

Após a análise dos dados, sem a pretensão de considerar findo o assunto, nem esgotadas as possibilidades de novas interpretações, torna-se possível afirmar que o Programa Trinacional Ñandeva cumpriu, em seus anos de atuação, apesar de alguns problemas, o objetivo de desenvolver o artesanato e gerar emprego e renda. Mesmo que para um grupo pequeno de artesãos(ãs), o Programa tornou-se possibilidade de renda. Da mesma forma, a COART cumpre seu papel em auxiliar os(as) artesãos(ãs) na comercialização de seus produtos, mesmo que separando-os por perfis, por vezes de maneira questionável, a Cooperativa possibilita uma variedade de ações para seus cooperados(as).

Diante da questão elaborada para dar início a esta pesquisa: *como se dão as relações entre a Cooperativa de Artesanato do Oeste e Sudoeste do Paraná e o Programa Trinacional Ñandeva a partir da circulação dos artefatos artesanais nas lojas COART Matriz e CRV entre 2012 e 2015?* acredito que este trabalho conseguiu atingir o objetivo de entender e apresentar essas relações. Elas se dão de maneira inicialmente complexa, pois, são apresentadas como relações de parceria e, ao longo das

observações, revelam-se como formas de disputa, na busca por algum objetivo ou na idealização de poder. Mas, por fim, acredito que se adequem mais à ideia de dependência comum; uma necessita da outra para ter resultados, porém, a própria relação de dependência gera diferentes tensões e disputas.

No processo de circulação dos artefatos artesanais percebi que esses passaram por inúmeras intervenções e, nessa perspectiva, o Programa Ñandeva propôs agregar valor aos mesmos. Essa preocupação é percebida em toda a pesquisa, porém, ao verificar a circulação do artefato 02 (peça de decoração em porcelana com a borboleta 88), esse ao ser comercializado dentro da loja das Cataratas, perde seus *status* de artesanato, abandonando toda a carga que lhe foi inserida através das ações do Programa. Da mesma forma, o artefato 04 (cuia em bambu), ao circular por diversos espaços mantém seu *status* de artesanato, mas se iguala aos demais, não tendo nenhuma diferenciação por ter recebido a certificação de produto Ñandeva.

Dentre os conceitos abordados, destaquei as ideias de identidade híbrida, visto que, ao tratar de Tríplice Fronteira, estamos necessariamente em um espaço múltiplo, refutando a perspectiva de identidade única e estanque. Penso a categoria do artesanato como uma constante construção, como colocado por García Canclini (1989), criticando a perspectiva de categorias de artesanato de acordo com sua produção, como nas definições criadas por Eduardo Barros. Também me apoiei na teoria de Kopytoff (2008) de mercadoria com diferentes regimes de valor em sua vida social, dependendo do tempo e espaço em que se insere, destacando ainda, as rotas e os desvios que são verificados na circulação dos artefatos. Considerar artefatos como cultura material demonstra como os objetos nos constituem, não contam histórias sozinhos, mas, medeiam as relações sociais.

Acredito que este estudo foi insuficiente no que diz respeito às mediações que ocorrem nos coletivos indígenas inseridos nessas relações institucionais. Apesar de demonstrar que a Itaipu Binacional dedica-se a fazer essa mediação entre Programa e Cooperativa, noto ser interessante acompanhar proximamente a verdadeira circulação dos artefatos indígenas, as trocas de valores e perceber se existe algum tipo de disputa entre instituição e comunidade. Também é interessante fazer uma abordagem mais detalhada com relação aos projetos de elementos iconográficos, observando os objetivos e resultados dessas ações pelo país, visto que foi e ainda é tão difundida.

Torna-se necessário citar ainda que, ao final da pesquisa, o espaço conhecido como Marco das Três Fronteiras, sinalizado como um ponto de comercialização de artefatos

artesanais (Figura 19) e que foi nesta pesquisa descrito como um espaço por onde os turistas não estavam circulando devido ao abandono do local, passa por uma revitalização sobre a responsabilidade da Concessionária Cataratas do Iguaçu SA; a mesma administradora do Centro de Recepção de Visitantes do Parque Nacional do Iguaçu. A primeira parte da revitalização foi inaugurada em dezembro de 2015, sendo que o espaço agora denominado Complexo Turístico Marco das Américas foi entregue com estacionamento, centro de visitantes, loja de *souvenir* e um “boteco”. Para as próximas fases, serão construídas torres de observação, revitalização do Espaço das Américas, já existente, a construção de uma vila temática das reduções jesuítas e um memorial com projeção de água em torno do marco das Três Fronteiras.

Esse fato pode levar a uma nova configuração na circulação dos artefatos artesanais no contexto de Foz do Iguaçu, que dependerá também do fluxo de visitação turística. Ao verificar que a empresa responsável pelo espaço é a mesma das Cataratas, acredito que serão reproduzidas situações demonstradas neste documento. A previsão de conclusão de revitalização do espaço é para 2017.

Da mesma forma, como citado durante conversas informais com as interlocutoras, está previsto a inauguração de mais um espaço de comercialização de responsabilidade da COART. Trata-se de uma pequena loja no “mirante”, espaço dentro da Itaipu Binacional que é um dos locais de visitação turística da hidrelétrica. Esta loja tem a intenção de seguir o padrão da Loja Ñandeva do CRV, sendo assim, acredito que os artefatos circularão da mesma maneira que no espaço do CRV.

Concluindo, constato que pensar o artesanato requer verificar todo o seu processo, de produção, circulação e consumo e etapas da vida social dos artefatos estão em constante transformação e inseridos em uma arena de disputas de relações sociais. Nesta pesquisa, foi acompanhada, em especial, a esfera da circulação dos artefatos artesanais. Nesse processo, a materialidade dos artefatos permitiu observar não apenas a circulação física dos espaços cartografados, mas, também, a circulação simbólica dos diferentes contextos pelos quais circula. Trajetórias, rotas e desvios tornam-se importantes para pensarmos as transformações nas materialidades e a ativação e desativação dos sentidos. Diante desse circuito proposto por García Canclini (1989) para pensar todo o processo do artesanato, acredito que, exista a possibilidade de continuação deste estudo analisando dessa vez, a esfera do consumo. Nesta pesquisa houve a aproximação da esfera do consumo, mas, penso que somente um acompanhamento presente e constante poderá responder questões que a mim foram apresentadas pelas interlocutoras durante

os momentos de campo, como: Porque não vende? Quem compra? Qual o público que temos que atingir? Da mesma forma, acredito que esta pesquisa possa incentivar outros pesquisadores(as) que estudam culturas populares e artesanato a atentarem para a esfera da circulação, ao verificarem a potencialidade de compreensão de diversas relações sociais ao realizar um estudo sob a perspectiva da cultura material.

REFERÊNCIAS

APPADURAI, Arjun. Introdução: Mercadorias e a política de valor. In: **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Tradução: Agatha Bacelar. Niterói: EDUFF, 2008.

BERGMANN FILHO, Juarez. **Artífices, artifícios e artefatos: narrativas e trajetórias no processo de construção da rabeça brasileira**. 2014. 95 f. Qualificação (Doutorado em Design) Programa de Pós Graduação em Design – Linha Sistemas de Produção e Utilização. Projeto em andamento.

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

BRINGMANN, Eliane; NÓBREGA, Ana Cristina; SOUZA, Ana Lucia. **Pró-Artesão Programa de Desenvolvimento para Empreendedores Criativos**. Foz do Iguaçu: Gráfica São Miguel, 2012.

BRUNS NETO, Romeu; CORRÊA, Ricardo. **Ñandeva**. Todos nós. Todos nosotros. Foz do Iguaçu: Editora Parque Itaipu, 2010.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blucher, 2008.

CARNIATTO, Izamara; CHEUNG, Maria; NÓBREGA, Ana Cristina. **Artesanato e Identidade Cultural**. Foz do Iguaçu: Editora Parque Itaipu, 2008.

CARNIATTO, Izamara. **O Sol é Lindeiro**. Foz do Iguaçu: Editora Parque Itaipu, 2011.

CARNIATTO, Izamara. **Gestão de design e artesanato: uma abordagem com base na pesquisa-ação**. 2008. 147 f. Dissertação (Mestrado em Design) Programa de Pós Graduação em Design – Linha Sistemas de Produção e Utilização, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2008.

CESCHIN, Luciana. **Acervos digitais, memória e patrimônio: discursos, técnicas e tecnologias no processo de musealização do acervo Bar Ocidente em Porto Alegre/RS**. 2015. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) Programa de Pós Graduação em Tecnologia – Linhas Mediações e Culturas, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

COLODEL, José Augusto. **Cinco Séculos de História**. 2002. Disponível em: <http://www.unioeste.br/projetos/oraculus/pmop/capitulos/capitulo_01.pdf> Acesso em: 10 abr. 2015.

COLODEL, José Augusto. **Matelândia: História & Contexto**. Cascavel: ASSOESTE, 1992.

CORBIN, Juliet; STRAUSS, Anselm. **Pesquisa Qualitativa: Técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

CORRÊA, Ronaldo de Oliveira. **Narrativas sobre o processo de modernizar-se:** uma investigação sobre a economia política e simbólica do artesanato recente em Florianópolis, Santa Catarina, BR. 2008. 305 f. Tese (Doutorado Ciências Humanas) – Programa do Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

CORRÊA, Ronaldo de Oliveira. O meu é original! Notas sobre circulação e o consumo dos artefatos artesanais: mercantilização e/ou desmercantilização das coisas. In: QUELUZ, Marilda L. P. (Org.). **Design & Consumo**. Curitiba: Peregrina, 2010.

CUTCLIFFE, Stephen. La emergencia de CTS como campo académico. In **Ideas, Máquinas y Valores. Los Estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad**. Barcelona: Anthropos, 2003.

DENIS, Rafael Cardoso. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. **Arcos**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 14-39, 1998.

FREAZZA, Alicia; NÓBRAGA, Ana Cristina. **Ñandeva - 6 Anos de História 2006-2012**. Foz do Iguaçu: Editora Parque Itaipu, 2013.

GARCIA-CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. 8ª ed. Tradução: Maurício Santana Dias Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

GARCÍA-CANCLINI, Néstor. **Culturas Populares en el Capitalismo**. México: Nueva Imagen, 1989.

GARCIA-CANCLINI, Néstor. **Culturas Híbridas:** Estratégias para entrar e sair da Modernidade. 4ª ed. São Paulo: Edusp, 2013.

GARCIA-CANCLINI, Néstor. Imaginários culturais da cidade: Conhecimento / espetáculo / desconhecimento. In: COELHO, Teixeira (Org.) **A cultura pela cidade**. São Paulo: Iluminuras, 2008. p. 15-30. Disponível em <<http://novo.itaucultural.org.br/os-livros-do-observatorio/a-cultura-pela-cidade/>> Acesso em 19 out. 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. 11º ed. Tradução: Guacira Lopes Louro e Tomaz Tadeu da Silva. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HOBSBAWM, Eric. Introdução: A invenção das Tradições. In: HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence. (Org.) **A invenção das Tradições**. 4ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

IBGE. **Dados Cidades do Paraná**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=410830&search=linfogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>> Acesso em: 10 abr. 2015.

ITAIPU BINACIONAL. **Nossa História.** Disponível em: <<https://www.itaipu.gov.br/nossa-historia>> Acesso em: 21 dez. 2014..

ITAIPU BINACIONAL. **Sala de imprensa.** 2007. Disponível em: <<https://www.itaipu.gov.br/sala-de-imprensa/noticia/nandeva-promove-workshop-com-14-designers-de-renome-mundial?page=164>> Acesso em: 10 abr. 2015.

ITAIPU BINACIONAL. **Itaipu Binacional.** Disponível em <<https://www.itaipu.gov.br/tecnologia/parque-tecnologico-itaipu-pti>> Acesso em: 20 dez. 2014.

KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural.** Tradução: Agatha Bacelar. Niterói: EDUFF, 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MANSCÊNE, Cândida; TEDESCHI, Maurício. **Termo de referência:** atuação do Sistema SEBRAE no artesanato. Brasília: SEBRAE, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo.** Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. Tradução: Fidelina González. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTINEZ, N. T.; SCHIRIGATTI, E.L.; SILVA, J.C.G. **Cadeia produtiva do artesanato por meio do Programa Ñandeva no Brasil voltado para o segmento turístico.** Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p.309-322, dez. 2012.

MENDES, Mariuze Dunajski. **Trajetórias sociais e culturais de móveis artesanais trançados em fibras:** temporalidades, materialidades e espacialidades mediadas por estilos de vida em contextos do Brasil e Itália. Florianópolis, SC. 2011. 349 p. Tese (Doutorado Ciências Humanas) – Programa do Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas:** estudos antropológicos sobre cultura material. Tradução: Renato Aguiar. São Paulo: Zahar, 2013.

MINC - MINISTÉRIO DA CULTURA. **Pontos de Cultura.** Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/pontos-de-cultural1>> Acessado em: 10 jun. 2015.

ÑANDEVA. **Quem somos.** Disponível em: <<http://www.nandeva.org/pt-br/quem-somos>> Acesso em: 05 dez. 2014.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional.** São Paulo: Brasiliense, 1998.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FOZ DO IGUAÇU. Disponível em: <<http://www.pmfi.pr.gov.br/ArquivosDB?idMidia=72705>> Acesso em 15 mai. 2015.

PEREIRA, Rodrigo Mateus. **Construção e design de guitarras nos anos 1960 e 1970: narrativas sobre trabalho e trajetórias em São Paulo – SP e Porto Alegre – RS.** 2014. 145 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2014.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e do trabalho acadêmico.** 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PTI. **Parque Tecnológico de Itaipu.** Disponível em: <<http://www.pti.org.br/pti>> Acesso em: 15 mai. 2015.

QUELUZ, Gilson Leandro; LIMA FILHO, Domingos Leite. A tecnologia e a educação tecnológica: elementos para uma sistematização conceitual. **Educação & Tecnologia**, Belo Horizonte, v. 10, n.1, p. 19-28, 2005. Disponível em: <<http://seer.dppg.cefetmg.br/index.php/revista-et/article/view/71/69>>. Acesso em: 03 jul. 2015.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro. Questões Pontuais sobre Design e Identidade. In: QUELUZ, Marilda L. P. (Org.). **Design & Cultura.** Curitiba: Editora Sol, 2005.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro. Apresentação. In: QUELUZ, Marilda L. P. (Org.). **Design & cultura material.** Curitiba: Editora UTFPR, 2012.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor.** 3ª ed. Tradução: Tomaz Tadeu. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

TESSARI, Valéria Faria dos Santos. **Fazer é pensar, pensar é fazer: O trabalho e os artefatos na Fábrica Zeferino,** Novo Hamburgo, RS. 2014. 191p. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – Programa de Pós Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba. 2014.

TURISMO ITAIPU. **Estatísticas.** Disponível em: <<https://www.itaipu.gov.br/turismo/estatisticas>> Acesso em: 15 mai. 2015.

ENTREVISTAS

BRAGA, Dircéia. **Entrevista Concedida.** Foz do Iguaçu, abril de 2015.

MILIOLI, Gorette. **Entrevista Concedida.** Foz do Iguaçu, abril de 2015.

MOGNOL, Nilse. **Entrevista Concedida.** Foz do Iguaçu, abril de 2015.

APÊNDICES

APÊNDICE 1

Protocolo de pesquisa para documentos iconográficos.

PROTOCOLO DE PESQUISA PARA DOCUMENTOS ICONOGRÁFICOS

Coleção: Prato Porcelana	Ficha Número: PPDI- 01 - junho 2015.
Título: Prato Porcelana Ñandeva	Autoria: Nilse Mognol
Série: Borboletas	
Data de produção: 2014	Dimensão(HxD): 1 x 5 cm
Âmbito e conteúdo: Mini prato de porcelana com decalque cerâmico, queimado em forno. A imagem inserida na peça mostra uma iconografia pertencente ao Manual de iconografias da região Trinacional do Programa Ñandeva. A iconografia trata da representação da Borboleta 88, espécie de borboleta encontrada na região de Foz do Iguaçu. Na peça esta escrito “Borboleta 88 – Foz do Iguaçu – Brasil”. Na parte posterior da peça existe um ímã magnético que dá a função de ímã de geladeira a este objeto.	
Localização: Arquivo da pesquisadora	Município/Estado: Foz do Iguaçu – Paraná
Quanto a Imagem	
Equipamento utilizado para o registro: Nikon D3000	Acondicionamento: Documentos> Ana Lidia 2015> Dissertação> Artefatos
Responsável pelo registro das imagens: Ana Lidia Wolochen Walter	Data do registro fotográfico: maio 2015
Contato: nalidia.w@gmail.com	Observação:
Imagens:	



APÊNDICE 2

Protocolo de pesquisa para documentos iconográficos.

PROTOCOLO DE PESQUISA PARA DOCUMENTOS ICONOGRÁFICOS

Coleção: Prato Porcelana	Ficha Número: PPDI- 02 - junho 2015.
Título: Prato Porcelana Borboleta 88	Autoria: Nilse Mognol
Série: Borboletas	
Data de produção: 2014	Dimensão(HxD): 0,70 x 5cm
Âmbito e conteúdo: Mini prato de porcelana com decalque cerâmico, queimado em forno. A imagem inserida contém a representação da Borboleta 88, espécie encontrada na região de Foz do Iguaçu com os escritos “Borboleta 88” e “Parque Nacional do Iguaçu – Brasil” ligando o artefato a este local. O prato acompanha uma estrutura em plástico que o sustenta em pé.	
Localização: Arquivo da pesquisadora	Município/Estado: Foz do Iguaçu – Paraná
Quanto a Imagem	
Equipamento utilizado para o registro: Nikon D3000	Acondicionamento: Documentos> Ana Lidia 2015> Dissertação> Artefatos
Responsável pelo registro das imagens: Ana Lidia Wolochen Walter	Data do registro fotográfico: maio 2015
Contato: nalidia.w@gmail.com	Observação:
Imagens:	



APÊNDICE 3

Protocolo de pesquisa para documentos iconográficos

PROTOCOLO DE PESQUISA PARA DOCUMENTOS ICONOGRÁFICOS

Coleção: Prato Cerâmica	Ficha Número: PPDI- 03 - junho 2015.
Título: Prato Cerâmica Ñandeva	Autoria: Dircéia Braga
Série: Flora e Fauna	Sub-série: Árvore da vida
Data de produção: 2014	Dimensão (HxD): 1,50 x 8,57 cm
Âmbito e conteúdo: O Prato é confeccionado em cerâmica pela técnica de placa e brunido. Para a decoração é aplicado a técnica da carbonização e posteriormente a queima em forno. Ao centro da peça encontra-se desenhado uma imagem pertencente ao manual de iconografia da região Trinacional do Programa Ñandeva. A imagem em questão trata-se da Árvore da Vida uma representação do momento em que houve a inundação do Lago de Itaipu na região Oeste do Paraná, quando animais se refugiaram nas copas das árvores.	
Localização: Arquivo da pesquisadora	Município/Estado: Foz do Iguaçu – Paraná
Quanto a Imagem	
Equipamento utilizado para o registro: Nikon D3000	Acondicionamento: Documentos> Ana Lidia 2015> Dissertação> Artefatos
Responsável pelo registro das imagens: Ana Lidia Wolochen Walter	Data do registro fotográfico: maio 2015
Contato: nalidia.w@gmail.com	Observação:



APÊNDICE 4

Protocolo de pesquisa para documentos iconográficos

PROTOCOLO DE PESQUISA PARA DOCUMENTOS ICONOGRÁFICOS

Coleção: Artefato em Bambu	Ficha Número: PPDI- 04 - junho 2015.
Título: Cuia Cataratas do Iguaçu	Autoria: Sônia Regina Barbosa Helbel
Série: Bambu	
Data de produção: 2014	Dimensão(HxLxP): Cuia 12x6x5,20cm Bomba 7,40x1,20x1,0 cm
Âmbito e conteúdo: Conjunto de cuia e bomba confeccionados em bambu. O bambu é cortado, tratado, lixado e preparado para a peça. Posteriormente a cuia é decorada com a técnica da pirografia, neste caso com o desenho de um quati animal encontrado na região de Foz do Iguaçu em especial no Parque Nacional do Iguaçu. Assim, a peça é identificada também com o escrito “Cataratas do Iguaçu” e abaixo “Brasil” registrando o artefato como representação deste local.	
Localização do artefato: Arquivo da pesquisadora	Município/Estado: Foz do Iguaçu – Paraná
Quanto a Imagem	
Equipamento utilizado para o registro: Nikon D3000	Acondicionamento: Documentos> Ana Lidia 2015> Dissertação> Artefatos
Responsável pelo registro das imagens: Ana Lidia Wolochen Walter	Data do registro fotográfico: maio 2015
Contato: nalidia.w@gmail.com	Observação:



APÊNDICE 5

Modelo para Diário de Campo.

DIÁRIO DE CAMPO

Diário de Campo Nº 01

Campo nº: Item para numerar as idas à pesquisa de campo.

Data do Campo: Dia, mês e ano do evento.

Data do Diário: Dia, mês e ano do relato. Por vezes não será possível concluir o relato no mesmo dia do evento, por esse motivo incluí tal campo.

Autor do Diário: Nome do autor do relato.

Interlocutores: Pessoas que participaram do relato e que serão importantes para a pesquisa.

Resumo: Explica de maneira resumida o que foi tratado durante o evento e aqui será relatado.

Local de referência: Relato dos lugares mais relevantes. Esse item pretende contextualizar espacialmente os eventos observados, aponta para pontos de interesse geográficos distintos.

Temas: Temas relacionados e evidenciados no relato. Servem como indexadores e uma maneira de pré-organizar os dados para uma futura análise. Esse item poderá servir para cruzar referências dentro de um mesmo universo temático.

Conceitos: Conceitos relacionados e evidenciados no relato.

Obs: Campo livre para anotações diversas

Relatos: Relato detalhado dos eventos observados e vividos, organizados de maneira cronológica.

Fonte: Adaptado de Juarez Bergmann Filho, 2014.

APÊNDICE 6

Modelo para perfil do interlocutor(a).

PERFIL DO INTERLOCUTOR		
FOTO	NOME:	
	Idade:	Local e Ano de Nascimento:
	Local Atual:	Empresa:
	Endereço:	
	Telefone:	Email:
	Vínculo com a empresa:	
	Início no Programa:	
	Forma de entrada:	
	Situação de contato:	
Autor:	Filiação Institucional:	Ano:

Fonte: Adaptado de Pereira, 2014.

APÊNDICE 7

Protocolo de Registro de Imagens.

PROTOCOLO DE REGISTRO DE IMAGENS

Nome: **Título da imagem**

Tipo: **Fotografia, ilustração, esquema.**

Data de produção: **Dia, mês e ano de produção da imagem.**

Autor: **Autor da imagem.**

Localização: **Onde foi registrada a imagem**

Equipamento: **Marca e modelo do equipamento utilizado para o registro.**

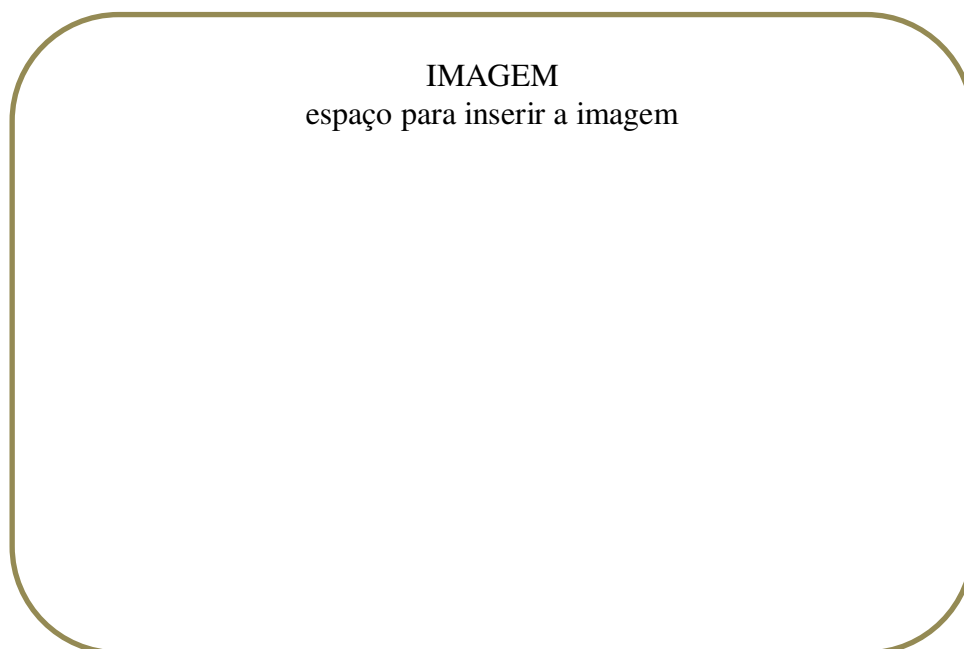
Distância focal: **Distância do foco até o objeto**

ISO:

Flash: **Sim ou não.**

Descrição e contexto: **Principais características e informações sobre a imagem e sobre o momento da fotografia.**

Observações: **Espaço destinado para anotações diversas.**



Fonte: Adaptado de Juarez Bergmann Filho, 2014.

APÊNDICE 8

Roteiro de entrevista.

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Texto inicial: expor objetivos da entrevista. Solicitar à entrevistada a gravação da entrevista. Anotar nome, data e local da entrevista. Explicar que se necessário serão realizadas outras entrevistas.	
Perguntas	Objetivos
1. Onde e quando nasceu?	Traçar o perfil do entrevistado.
2. Cresceu na mesma cidade?	
3. Você frequentou algum curso técnico ou superior?	
4. Alguém da sua família fazia artesanato?	
5. Possui algum outro tipo de renda? (além do artesanato)	
6. Como você aprendeu a técnica que faz?	
7. Você frequentou algum curso de técnica artesanal antes do Ñandeva?	Descobrir se participou de algum programa anterior ao Ñandeva.
8. Como você conheceu o Ñandeva?	Descobrir o que levou a participar do Programa Nandeva.
9. Porque e quando você decidiu participar do ñandeva?	Compreender a importância do Programa ñandeva para o entrevistado.
10. Quantos cursos do ñandeva você participou?	
11. Algum curso em especial? Porque?	
12. Após os cursos que participou você desenvolveu produtos novos?	
13. No que o Ñandeva foi/é importante para você?	
14. Como você conheceu a Coart?	
15. Quando você iniciou na Coart?	
16. Porque você se tornou um(a) cooperado(a)?	
17. Quem são os cooperados da coart?	
18. Quantos produtos você produz e quais? (Tipos)	Entender as relações de comercialização nas lojas.
19. Quantos produtos você comercializa nesse momento?	
20. Onde você vende seus produtos?	
21. Você elabora produtos exclusivos para Loja do CRV?	
22. E para a Loja da Coart?	
23. Existe alguma diferença entre produtos comercializados no CRV para os comercializados na loja da Coart?	
24. Quais são essas diferenças?	
25. Você poderia me mostrar algum produto seu?	Descobrir qual produto confecciona e onde é comercializado.
26. Esse produto foi elaborado com o apoio do Ñandeva?	
27. Onde esse produto é vendido? Porque?	
28. Você poderia me mostrar algum produto de outro artesão?	
29. Onde esse produto é vendido? Porque?	
30. Quando e como você tornou-se uma das responsáveis pela instituição?	Entender as relações das instituições.
31. Qual a importância dessa instituição para o artesanato de Foz do Iguaçu?	
32. Como você nota a relação entre Coart e ñandeva?	
33. Qual a importância da Loja da sede Coart?	Compreender a importância das Lojas.
34. Qual a importância da Loja do CRV?	
35. E as demais lojas e pontos de venda de Foz ?	

Fonte: Adaptado de Pereira, 2014.

APÊNDICE 9

Protocolo de transcrição.

PROTOCOLO DE TRANSCRIÇÃO
Classificação ARQ nº - Nome participante – Data de transcrição: mês/ano de realização da entrevista mês/ano

Tema: Qual o principal tema da entrevista

Lugar: Onde foi realizada a entrevista.

Data: Dia, mês e ano da entrevista.

Participantes: Nome do entrevistado (a) e três letras iniciais do nome – entre parêntesis - que será utilizada como código na indicação dos turnos.

Resumo: Indicação dos temas retratados na entrevista.

Duração: Tempo de duração da entrevista.

Autor: Nome do entrevistador, seguido do código "(E)" que será utilizado na indicação dos turnos.

Observação: Espaço destinado para anotações diversas.

Localização de texto	arquivos: Turnos
01	<i>E.</i>
02	<i>X.</i>
03	<i>E.</i>
04	<i>X.</i>
05	<i>E.</i>
06	<i>X.</i>
...	...

Observações:

Símbolos utilizados na transcrição
 ((texto)) Comentários ou observações do transcritor

(...) Marcadores de tempo ou de ruptura de uma palavra ou frase, sem continuidade no mesmo ou no seguinte turno

negrito Palavras enfatizadas pelo participante

Fonte: Adaptado de Corrêa (2008) e Tessari (2014).

APÊNDICE 10

Modelo de Termo de Autorização de uso de imagem e texto.



Ministério da Educação
 Universidade Tecnológica Federal do Paraná
 Diretoria Geral do *Campus* Curitiba
 Diretoria de Pesquisa e Pós-Graduação
 Programa de Pós-Graduação em Tecnologia -
 PPGTE



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E TEXTO

Pelo presente instrumento, eu, abaixo firmado e identificado, autorizo voluntariamente _____ e _____, portador do RG nº _____, inscrito no CPF/MF sob nº _____, residente à _____, nº _____, na cidade de Foz do Iguaçu, AUTORIZO o uso de minha imagem, áudio e transcrições, parcial e/ou total, de entrevistas por mim concedidas a Ana Lidia Wolochen Walter, portadora do RG nº _____, do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), destinado a compor o conteúdo de sua dissertação e material impresso ou eletrônico como livros e artigos científicos e de divulgação, além de montagem de disciplinas acadêmicas e palestras, desde que não haja desvirtuamento da sua finalidade. Fico condicionado, o meu poder de veto sobre qualquer tema, assunto ou dado disponibilizado até o momento da publicação.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha imagem e informações fornecidas à Ana Lidia Wolochen Walter, da forma que melhor lhe aprouver, em mídias impressas e digitais, independentemente do processo de transporte de sinal, suporte material, tratamento gráfico e audiovisual, reprodução e distribuição que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo ou do número de utilizações / exposições, no Brasil ou no exterior, por meio de qualquer meio de transporte de sinal ou suporte material existente, ainda que não disponível em território nacional, sendo certo que o material cujo uso oral é autorizado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade de Ana Lidia Wolochen Walter, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor sobre as mídias impressas e digitais, de que trata o presente, Ana Lidia Wolochen Walter poderá fazer uso de imagens e informações por mim a ele fornecidas, em mídias impressas e digitais de cunho científico e cultural. Para tanto, poderá, a seu único e exclusivo critério, licenciar e/ou ceder a terceiros, no todo ou em parte, seus direitos sobre os materiais, não cabendo a mim direito e/ou remuneração, a qualquer tempo e título, deste que destinado à produção de obra intelectual de cunho científico e cultural.

A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo imagens e textos obtidos pela autora Ana Lidia Wolochen Walter, e/ou cedidos ao pesquisador por mim.

Foz do Iguaçu, _____ de _____, de 2014.

 Nome

APÊNDICE 11

Entrevistadas	Perfil da interlocutora			Relação com o Ñandeva		Relação COART	Relação comercialização entre as lojas		Atravessamentos		
	Função	Campo de saber/ atuação	Técnicas e produtos	Participação no Ñandeva	Importância do Ñandeva	Participação na COART	Locais de comercialização	Funcionamento das lojas COART	Relação entre COART e Ñandeva	Tensões	Contrariedades/ divergências
Dircéia Braga	Vice Presidente COART. Auxilia nas atividades de administração da cooperativa e lojas.	Professora de língua portuguesa e espanhola, atualmente aposentada e artesã.	Cerâmica/ Esmaltação/ Carbonização	A convite da Maria Cheung. 22 - O Ñandeva é uma oportunidade de aprimoramento e de até ganhar dinheiro	31 - Oportunidade para a gente pensar no produto artesanal enquanto cultura. Enquanto produto representativo de uma cultura. Cultura de um povo.	47 - Na verdade é criar essa força entre artesão e dar resultado financeiro. 37 - Houve a necessidade de filiação, após associada começou a se envolver com a administração da cooperativa.	146 . Diferente das lojas do Ñandeva, não contam uma história só querem que os turistas comprem.	128 . Loja da COART fraca e que concentra a parte administrativa. 132 . CRV muito importante, apesar das dificuldades de comercialização.	126 . Parceria sempre. Toda decisão é feita em conjunto.	118 . Falta de comprometimento dos artesãos, necessidade de união e fortalecimento do segmento.	105 . Acredita que os produtos que não tem iconografia transmitem a cultura. (Produtos Ñandeva, sem a marca)
Gorette Milioli	Funcionária da Fundação PTI. Coordenadora do Programa Trinacional Ñandeva desde 2012.	Técnica em Administração/ Gestão Empresarial	nenhuma	14 . Funcionária da FPTI. Foi secretária e posteriormente tornou-se coordenadora.	36 . transformação nos municípios, tornar a marca conhecida, capacitação de várias pessoas.	40 - Parceria para fazer a Comercialização	104 . Empresas que buscam o lucro. Preço e quantidades que ficam inviável ao artesão.	96 . A CRV é o escoamento da produção dos artesãos. 100 . Aumento de 5 vezes a produção.	40 . Parceria. O PTI apoia a gestão da cooperativa. 92 . Melhorou muito mas necessitam unir na cooperativa.	60 . Necessário a certificação para diferenciação da marca.	36 . O Programa tornou-se elitizado.

<p>Nilse Mognol</p>	<p>Presidente da COART. Administra a Cooperativa e as lojas.</p>	<p>Fez graduação em Processos Gerenciais e é artesã</p>	<p>Porcelana-pintura e decalque/ Linha de turismo</p>	<p>85. Conheceu através da Malba Aguiar do SEBRAE, durante o Artesanato do Lago. Foi convidada por participar da COART. 110 . Participou com o intuito de aprender mais, qualificação.</p>	<p>98.Conhecer mais, conseguir criar uma linha de produtos. Gestão, marcap.</p>	<p>133. Conhecia como um ponto de cursos e venda. 137. Associou-se para comercializar diferentes produtos, está há pelo menos 25 anos. 203. Foi convidada a participar do conselho fiscal</p>	<p>256. Os outros locais são muito agressivos. Preços baixos. As Cataratas compram quantidade maior.</p>	<p>195. A loja da Coart funciona apenas como um escritório. 252. A Loja CRV é o comercial do ãandeva.</p>	<p>241. Boa convivência, apesar de algumas divergências. Acredita que o PTI foi obrigado a apoiar a COART.</p>	<p>Os perfis de cooperados, as estratégias de venda, as diferenças entre as lojas, as diferenças de status de produtos.</p>	<p>122. Os ícones desenvolvidos não deram certo. 130. As mudanças de metodologia pararam Programa ãandeva, o que existe é uma loja com produtos da marca.</p>
----------------------------	--	---	---	--	--	--	---	---	---	---	---

Fonte: Da autora, 2015.