

## 6.

### Referências bibliográficas e sites da Internet

ANDRADE, Ana Maria Queiroz de, RODRIGUES, Josivan, CAVALCANTI, Virgínia Pereira e ARRAES, Ticiano. *Imaginário Pernambucano: design, cultura, inclusão social e desenvolvimento sustentável*, Recife, 2006

BORNSTEIN, David. *Como mudar o mundo: empreendedores sociais e o poder das novas idéias*, Editora Record, Rio de Janeiro-São Paulo, 2005

BUTTON, John. *How to be green*, Century, 1989 - Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, *Revista Brasil Sustentável*, nº 4, mar/abr 2005

CANCLINI, Nestor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*, Editora Brasiliense, 1983

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE. *Nosso futuro comum*, Rio de Janeiro, Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens*, Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1996

ETHOS, Instituto. *Guia de Compatibilidade de Ferramentas*, São Paulo, 2005

\_\_\_\_\_. *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social*, São Paulo, 2005

FISHER, Rosa Maria. *O desafio da colaboração: Práticas de responsabilidade social entre empresas e o terceiro setor*, Editora Gente, São Paulo, 2002

FONTES, Miguel. *Marketing social revisado: novos paradigmas do mercado social*, Editora Cidade Futura, Florianópolis, 2001

FRANCO, Augusto de. *Capital Social*, Instituto de Política, Editora Millenium, Brasília, 2001

FRANÇA, Cássio Luiz de (Org.). *Comércio ético e solidário*, São Paulo, Fundação Friedrich Ebert/ILDES, 2002

FRETEL, Alfonso Cotera e SIMONCELLI-BOURQUE, Eloise, GOMES, Rosemary (Part.). *O comércio justo e o consumo ético*, Série Economia Solidária, FASE, Rio de Janeiro, DP&A Editora, 2003

GENDRON, Corinne, BISAILLON, Véronique e OTERO, Ana Isabel. *The institutionalization of Fair Trade: more than a degraded form as social action*. Les cahiers de la Chaire de responsabilité sociale et développement durable – collection recherche, No 12 – 2006, École des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal (ESG UQÀM)

GRAYSON, David e HODGES, Adrian. *Compromisso social e gestão empresarial*, Publifolha, São Paulo, 2002

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP&A Editora, Rio de Janeiro, 2005

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*, São Paulo, Loyola, 2004

JUNIOR, Marcos Antônio Gomes Pena e VÁLERY, Dominique Françoise. *Responsabilidade social e desenvolvimento local: a necessidade de uma pró-atividade empresarial*. Revista Virtual de Gestão de Iniciativas Sociais, 3ª edição, Junho 2005, pags 75-86, Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social - Programa de Engenharia de Produção - COPPE/UFRJ, <http://www.ltds.ufrj.br/gis/anteriores/rvgis3.pdf>. Acesso em 10 jan. 2008

KAZAZIAN, Thierry (Org.). *Haverá a idade das coisas leves – Design e desenvolvimento sustentável*, Editora SENAC, São Paulo, 2005

MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem coisas*, Martins Fontes, São Paulo, 2002

LIMA, Ricardo. *Artesanato, produção e mercado: uma via de mão dupla*, Cadernos ArteSol, Programa Artesanato Solidário, São Paulo, 2002

\_\_\_\_\_. *Olhares itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição*, Central ArteSol, São Paulo, Julho, 2005

MALDONADO, Tomás. *El diseño industrial reconsiderado*, GG Diseño, Barcelona, 1993

MANZINI, Ezio e VEZZOLI, Carlo. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis – Os requisitos ambientais dos produtos industriais*, EDUSP, 2005

MATTAR, Hélio. *As transformações nas relações de consumo*, 2003, Disponível em: [http://www.facesdobrasil.org.br/fb/publicacoes/Consumo Solidario.pdf](http://www.facesdobrasil.org.br/fb/publicacoes/Consumo_Solidario.pdf). Acesso em: 10 jul.2006

MCCRACKEN, Grant. *Cultura & consumo*, Editora Mauad, 2003

OLIVEIRA, Alfredo Jefferson, *A importância dos parâmetros ambientais no ensino de graduação em design*, Anais do VI ENESD, 1997

PACKARD, Vance Oakley. *The hidden persuaders*, London Penguin Books, 1960

PAPANEK, Victor. *Design for the real world: human ecology and social change*, Second Edition, Chicago/USA, Academy Chicago Publishers, 2000

\_\_\_\_\_. *The green imperative*, Thames and Hudson, 1995

PORTO, Marta (org.) *Investimento privado e desenvolvimento: balanços e desafios*, SENAC Rio. Rio de Janeiro, 2005

RIBEIRO, Berta Gleizer. *O artesanato tradicional e seu papel na sociedade contemporânea*, Rio de Janeiro, Funarte, 1983

ROCHA, Everardo. *Representações do consumo: estudos sobre a narrativa publicitária*, Editora Puc Rio e Mauad Editora, 2006

SCHUMACHER, E.F. *Small is beautiful*, Zahar Editores, Rio de Janeiro, 1983

SLATER, Don. *Cultura do consumo & modernidade*, Nobel, 2001

Wikipédia Enciclopédia Livre – Informações sobre conceito Denominação de Origem - [http://pt.wikipedia.org/wiki/Denominacao de Origem Protegida](http://pt.wikipedia.org/wiki/Denominacao_de_Origem_Protegida)

VALCESCHINI, Ezio e SAUVÉE, Loic. *Agro-alimentaire: La qualité au coeur des relations entre agriculteurs, industriels et distributeurs*, Déméter 2004, Économie et Stratégies Agricoles, Paris: Armand Colin, 2003, pags. 181-226.

WILKINSON, John. *Agricultura familiar face ao novo padrão de competitividade do sistema agroalimentar na América Latina*, Artigo baseado no *Paper* apresentado ao VII Congresso Internacional da Associação Latinoamericana e Caribenha de Economia Agrícola (ALACEA), Lima 6 e 7 de novembro de 2003

\_\_\_\_\_. *The mingling of markets, movements and menus: the renegotiation of rural space by NGOs, social movements and traditional actors*, Paper for the International Workshop: Globalisation: Social and Cultural Dynamics, Rio de Janeiro, 23 de março de 2006

[www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br) – Informações sobre a Lei Rouanet

[www.culturaemrede/index](http://www.culturaemrede/index)- Informações sobre Programa Cultura em Rede da empresa Vale

[www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br) – Informações sobre o Instituto Ethos

[www.facesdobrasil.org.br](http://www.facesdobrasil.org.br) – Informações sobre Comércio Ético e Solidário no Brasil

[www.fbes.org.br](http://www.fbes.org.br) – Informações sobre SENAES/MTE e Economia Solidária

[www.imaflora.org](http://www.imaflora.org) – Informações sobre o selo FSC Brasileiro e Certificação Agrícola

[www.imaginariopernambucano.com.br](http://www.imaginariopernambucano.com.br) – Informações sobre o Projeto Imaginário Pernambucano

[www.mct.gov.br](http://www.mct.gov.br) – Informações sobre Protocolo de Kyoto

[www.mda.gov.br](http://www.mda.gov.br) – Informações sobre Economia Solidária e Agricultura Familiar

[www.mma.gov.br](http://www.mma.gov.br) – Informações sobre a Agenda 21 e Convenção sobre Diversidade Biológica

[www.ogamita.com.br](http://www.ogamita.com.br) – Informações sobre a Rede Ecológica

[www.redeecologica.org](http://www.redeecologica.org) – Informações sobre a Rede Ecológica

[www.vale.com](http://www.vale.com) - Informações sobre a empresa Vale

[www.woldshops.org](http://www.woldshops.org) – NEWS – Network of European World Shops – Informações sobre Wolds Shops

[www.wto.org](http://www.wto.org) – Informações sobre a Organização Mundial do Comércio (World Trade Organization)

[www.wwf.org.br](http://www.wwf.org.br) – Definição do conceito Desenvolvimento Sustentável

ZERBINI, Fabíola, BARCIOTTE Maluh e PISTELLI, Renata. *Um diálogo inicial entre educação para o consumo responsável e o comércio ético e solidário*, 2003, Disponível em: [http://www.facesdobrasil.org.br/fb/publicacoes/Um diálogo inicial entre educacao para o consumo responsavel e o comercio etico solidario.pdf](http://www.facesdobrasil.org.br/fb/publicacoes/Um%20dialogo%20inicial%20entre%20educacao%20para%20o%20consumo%20responsavel%20e%20o%20comercio%20etico%20solidario.pdf). Acesso em 10 jul. 2006

## 7.

### **Anexos**

#### **Anexo I .**

##### **Nomes fictícios**

###### **- Instituições, programas e projetos:**

ONG Afro-brasileira

Projeto Artesanato Industrial

Atitude Comunitária

Costura Artística

Centro de Desenvolvimento Social

IRERJ (Instituição Representante do Setor Empresarial do Estado do Rio de Janeiro)

Fuxicando

Moda Eventos

UAF (União dos Artesãos no Mundo Fashion)

Projeto Cara da Moda

###### **- Pessoas:**

Proprietária Dupla Assessoria = Vânia Bicalho

Artesã da Criola = Emília

Artesão da Criola = Marcelo

Artesã da Criola = Dulce

Artesão da Criola = Márcio Passos

Artesã representante Fuxicando = Carmen

Artesã representante do grupo de bordadeiras = Marilda

Artesã da Criola = Marcela Silva

Artesã da Criola = Tina

Artesã representante Costura Artística = Marta

Artesã da Criola = Bárbara

Artesã da Criola = Lúcia

Estilista = Patrícia Conrado

Designer/estilista = Vera Batista

Estilista = Paulo Borges

Analista de Projetos do Núcleo de Responsabilidade Social da IRERJ = Márcia Assunção

Ex-Diretora do Núcleo de Responsabilidade Social da IRERJ = Cláudia Silva

Assessora de Vânia Bicalho na Moda Eventos = Betina Bastos

Coordenadora Geral da ONG Afro-brasileira = Sônia Santos

Estilista = Cíntia Gouveia

Líder do grupo da Igreja São José = Ricardo Machado

Artista Plástico e Professor dos filhos das bordadeiras = Watson Nogueira

Proprietário da galeria na zona sul de Belo Horizonte = Amarantes Dias

## Anexo II.

### Lista de entrevistados

1 – Antônio Carlos de Freitas – Sócio-Diretor da Empresa Planeta Agência de Cultura, Ouro Preto, MG – desenvolveram e executam o Programa Cultura em Rede da Empresa Vale. *Informações sobre o Projeto Rota Cultural de Artesanato desenvolvido em parceria com a empresa MBR – Minerações Brasileiras Reunidas (agora pertencente a Empresa Vale). O Projeto Rota Cultural de Artesanato é parte integrante do Programa Cultura em Rede da Empresa Vale* – gravada na sede da Empresa Planeta Cultura, Ouro Preto, MG, em 03 de dezembro de 2007, às 14:00h.

2- Emília – Artesã do programa de geração de trabalho e renda da ONG Afro-brasileira, Rio de Janeiro, RJ – participou do Projeto Artesanato Industrial e Indústria em de jun/2004 a jan/2005. *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada no Museu da República, Catete, Rio de Janeiro, 03 de outubro de 2006, às 11:00h

3- Patrícia Conrado – Designer/Estilista do Projeto Artesanato Industrial, Rio de Janeiro, RJ - participou do Projeto Artesanato Industrial em de jun/2004 a jan/2006. *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na Empresa da designer/estilista, Jardim Botânico, Rio de Janeiro, em 28 de setembro de 2006, às 11:00h

4- Bárbara – Artesã do programa de geração de trabalho e renda da ONG Afro-brasileira, Rio de Janeiro, RJ – participou do Projeto Artesanato Industrial em de jun/2005 a jan/2006. *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada no Museu da República, Catete, Rio de Janeiro, em 19 de setembro de 2006, às 9:30 h.

5- Márcia Assunção – Analista de Projetos do Núcleo Responsabilidade Social da IREERJ, Rio de Janeiro, RJ - *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na Firjan, Centro, Rio de Janeiro, em 21 de setembro de 2006, às 15:00h.

6- Dulce – Artesã do programa de geração de trabalho e renda da ONG Afro-brasileira, Rio de Janeiro, RJ – participou do Projeto Artesanato Industrial em de jan/2005 a jun/2006. *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada no Museu da República, Catete, Rio de Janeiro, em 26 de setembro de 2006, às 18:30h.

7- Cláudia Silva – Ex-diretora do Núcleo de Responsabilidade Social da IREERJ, Rio de Janeiro, RJ - *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na casa da entrevistada, Alto Leblon, Rio de Janeiro, em 11 de setembro de 2006, às 20:00h.

8- Márcio Passos – Artesão do programa de geração de trabalho e renda da ONG Afro-brasileira, Rio de Janeiro, RJ – participou do Projeto Artesanato Industrial de jun/2005 a jan/2006 - *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na Praça Antero de Quental, Leblon, Rio de Janeiro, em 09 de novembro de 2006, às 9:30h.

9- Betina Bastos – Moda Eventos, Rio de Janeiro, RJ - *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e



Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na Empresa, Botafogo, Rio de Janeiro, em 20 de outubro de 2006, às 10:00h.

10- Carmen – Artesã representante da cooperativa Fuxicando, Duque de Caxias, RJ - participou do Projeto Artesanato Industrial de jun/2004 a jan/2006. *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada no Museu da República, Catete, Rio de Janeiro, em 9 de fevereiro de 2007, às 11:00h.

11- Sônia Santos – Coordenadora Geral da ONG Afro-brasileira, Rio de Janeiro, RJ – *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na Biblioteca Amadeu Amaral, Museu do Folclore, Catete, Rio de Janeiro, em 18 Janeiro de 2006, às 10:00h.

12- Marilda – Artesã representante do grupo de bordadeiras, bairro Lagoinha, Belo Horizonte, MG, que desenvolvem produtos para empresa Paulo Borges – *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na praça em frente ao cartório Souza Machado, Lagoinha, Belo Horizonte, em 24 de setembro de 2007, às 20:30h.

13- Marcela Silva - Artesã do Programa de geração de trabalho e renda da ONG Afro-brasileira, Rio de Janeiro, RJ – participou do Projeto Artesanato Industrial de jun/2005 a jan/2006. *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na casa da pesquisadora, Catete, Rio de Janeiro, em 24 de novembro de 2006, às 16:00h.

14- Tina – Artesã do Programa de geração de trabalho e renda da ONG Afro-brasileira, Rio de Janeiro, RJ – participou do Projeto Artesanato Industrial em de jun/2005 a jan/2006. *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na casa da artesã, Copacabana, Rio de Janeiro, em 12 de dezembro de 2006, às 10:30h.

15- Ricardo Lima - Antropólogo e Chefe do Setor de Pesquisa e Coordenador da Sala do Artista Popular do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular/IPHAN/MinC, Rio de Janeiro, RJ – *Quem compra e por que compra o artesanato?* - gravada na Biblioteca Amadeu Amaral, Museu do Folclore, Catete, Rio de Janeiro, em 06 de novembro de 2006, às 11:00h.

16- Vera Batista – Designer/Estilista do Projeto Artesanato Industrial, Rio de Janeiro, RJ - participou do Projeto Artesanato Industrial de jun/2004 a jan/2006. *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada na casa da designer, Jardim Botânico, Rio de Janeiro, em 25 de outubro de 2006, às 17:00h.

17- Paulo Borges – Estilista, Empresa Paulo Borges, Belo Horizonte, MG – *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, Departamento de Artes e Design, Laboratório de Eco-design, Puc-Rio - gravada no escritório e show room da empresa Paulo Borges, bairro Gutierrez, Belo Horizonte, MG, 4 de julho de 2007, às 16:00h.

18- Quésia da Costa – Integrante do Projeto Imaginário Pernambucano, Departamento de Desenho Industrial, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE – *Perguntas do trabalho de campo da pesquisa de mestrado Responsabilidade social nas relações entre designers e artesãos: um caminho para o desenvolvimento sustentável?*, – respondidas por e-mail, 10 de maio de 2007.

### **Anexo III.**

#### **Roteiro de perguntas para estudo de caso I**

**Artesãos do programa de geração de renda / ONG Afro-brasileira – Emília, Tina, Marcelo (não foi possível ser entrevistado), Lúcia (não foi possível ser entrevistada), Marcela Silva, Bárbara, Dulce, Márcio Passos**

#### **OBSERVAÇÕES:**

**Artesã representante da cooperativa Fuxicando – Carmen (Não usar as perguntas 25, 26, 28, 29 e 33)**

**Artesã representante da cooperativa Costura Artística – Marta (Não foi possível ser entrevistada) (Não usar as perguntas 25, 26, 28, 29 e 33)**

- 1) Como o Projeto Artesanato Industrial foi pensado e está sendo desenvolvido?
  - 2) Por quê a empresa Moda Eventos resolveu desenvolver o Projeto Artesanato Industrial com a IRERJ?
  - 3) O que você entende por responsabilidade social?
  - 4) O que você entende por responsabilidade social empresarial?
  - 5) O que você entende por um projeto ou programa de responsabilidade social?
  - 6) Para que um projeto ou programa de responsabilidade social aconteça, o que você acha que é necessário ele ter?
  - 7) Num projeto ou programa de responsabilidade social entre designers/estilistas e artesãos, por exemplo. O que você acha que é necessário para que a responsabilidade social aconteça com eficácia?
- Após o seu ingresso no Projeto Artesanato Industrial:*
- 8) O que mudou na sua vida?
  - 9) Sua renda aumentou?
  - 10) Como foram as vendas e parcerias? Deram continuidade?
  - 11) Você se sente mais empreendedor? Explique:
  - 12) Você se sente mais capacitado? Explique quais foram os subsídios que receberam para terem mais conhecimento na área de design:
  - 13) Seus produtos ficaram com mais qualidade e melhoraram o acabamento? Explique:
  - 14) Você acha que conseguiu entrar com mais firmeza no mercado da moda? Por quê?

- 15) Como vocês calculam o preço de suas peças?
- 16) Conseguiu organizar sua produção para responder o surgimento de uma demanda? Como?
- 17) Você acha que seu produto está sendo ou foi bem aceito?
- 18) Você gostou da coleção que desenvolveu com o designer/estilista?
- 19) Como você se sente depois da sua participação no Projeto Artesanato Industrial?
- 20) Como aconteceu a sua relação com o designer/estilista durante a assessoria?
- 21) Você sentiu algum desconforto ou dúvida nesta relação?
- 22) O que você acha que a relação entre designers/estilistas e artesãos deve ter para que um projeto como este aconteça?
- 23) Fale um pouco, por favor, sobre: os artesãos que não quiseram entrar no Projeto, aqueles que entraram e que não continuaram e aqueles que não deram continuidade às parcerias. Como você vê isto, por quê você acha que isto aconteceu?
- 24) Durante a assessoria, os designers/estilistas desenvolvem um diagnóstico sobre os artesãos e seus produtos? (Como conhece as artesãs e é feito o desenvolvimento dos produtos? 1 - procura desenvolver os produtos dentro da perspectiva do eco-design, pensando em todo o ciclo de vida do produto – pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte -, com a intenção de reduzir o impacto ambiental; ou 2 – procura desenvolver os produtos dentro da perspectiva do design sustentável, que possui além das características acima citadas, o desenvolvimento de produtos que sejam úteis para a sociedade, e a preservação das tradições culturais, uma vez que o designer dá assessoria aos artesãos para o desenvolvimento dos produtos artesanais). Se sim, explique:
- 25) O que é ser afro-brasileiro? Como é a identidade afro-brasileira, de onde ela vem, como é este hibridismo, sua identificação?
- 26) Fale um pouco, por favor, sobre o artesanato afro-brasileiro, suas características, o que é o artesanato afro-brasileiro?
- 27) Por quê os artesãos necessitam da “melhora” na qualidade de seus produtos e de uma capacitação na área de design?
- 28) Por quê os artesãos afro-brasileiros (urbanos) necessitam da “melhora” na qualidade de seus produtos e de uma capacitação na área de design?
- 29) Qual a característica de um artesão afro-brasileiro urbano?
- 30) Você acha que tem diferença entre um artesão afro-brasileiro de um outro artesão? Se sim, qual é?
- 31) Por quê os consumidores/lojistas compram artesanato?

32) Por quê os consumidores/lojistas compram artesanato desenvolvido dentro de um projeto como o Projeto Artesanato Industrial?

33) Por quê os consumidores/lojistas compram artesanato afro-brasileiro?

34) Por quê os consumidores/lojistas compram artesanato afro-brasileiro desenvolvidos dentro de um projeto como o Projeto Artesanato Industrial?

35) Você acha que uma vez eles não comprando os produtos isto irá influenciar (ou influenciou) nos processos de produção dos artesãos e nas práticas de responsabilidade social exercidas pelos designers, a empresa Moda Eventos e IRERJ? Explique:

36) Quais são as políticas públicas (incentivo à exportação e infra-estrutura, incentivos fiscais, microcrédito, etc) a nível do governo federal, estado e município que fortalecem e/ou complementam as iniciativas de responsabilidade social dessa natureza (empresa e sociedade civil)?

37) Quais foram as políticas públicas que fortaleceram e/ou complementaram as iniciativas de responsabilidade social da IRERJ e Moda Eventos?

38) Quais foram os desdobramentos relevantes do Projeto Artesanato Industrial?

**ONG Afro-brasileira – Sônia Santos (Coordenadora Geral ONG Afro-brasileira e Coordenadora do programa de geração de renda) / Cláudia Silva (ex-Coordenadora do Núcleo de Responsabilidade Social da IRERJ) e Márcia Assunção (Analista de Projetos do Núcleo de Responsabilidade Social da IRERJ ) / Betina Santos (Empresa Moda Eventos)/ Vera Batista e Patrícia Conrado (designers/estilistas do Projeto Artesanato Industrial)**

1) Como o Projeto Artesanato Industrial foi pensado e está sendo desenvolvido?

2) Por que a empresa Moda Eventos resolveu desenvolver o Projeto Artesanato Industrial com a IRERJ?

3) O que você entende por responsabilidade social?

4) O que você entende por responsabilidade social empresarial?

5) O que você entende por um projeto ou programa de responsabilidade social?

6) Para que um projeto ou programa de responsabilidade social aconteça, o que você acha que é necessário ele ter?

7) Num projeto ou programa de responsabilidade social entre designers/estilistas e artesãos, por exemplo. O que você acha que é necessário para que a responsabilidade social aconteça com eficácia?

*Após o ingresso dos artesãos (favor, se possível, mencionar sobre cada artesão em cada resposta) no Projeto Artesanato Industrial:*

- 8) O que você acha que mudou na vida dos artesãos? E dos designers/estilistas?
- 9) A renda aumentou? De quem?
- 10) Como foram as vendas e parcerias? Deram continuidade?
- 11) Estão mais empreendedores? Explique:
- 12) Você acha que eles estão mais capacitados? Explique quais foram os subsídios para que os artesãos tivessem mais conhecimento na área de design:
- 13) Os produtos ficaram com mais qualidade e melhoraram o acabamento? Explique:
- 14) Conseguiram entrar com mais firmeza no mercado da moda? Por quê?
- 15) Como os artesãos calculam o preço de suas peças?
- 16) Conseguiram organizar sua produção para responder o surgimento de uma demanda? Como? E quem não conseguiu, como foi?
- 17) Os produtos estão sendo ou foram bem aceitos pelos consumidores?
- 18) Você acha que eles gostaram da coleção que desenvolveram com o designer/estilista?
- 19) Como você acha que os artesãos se sentem depois de suas participações no Projeto Artesanato Industrial? E os designers/estilistas?
- 20) Como aconteceu a relação deles com o designer/estilista durante a assessoria?
- 21) Você percebeu algum desconforto ou dúvida dos artesãos nesta relação?
- 22) O que você acha que a relação entre designers/estilistas e artesãos deve ter para que um projeto como este aconteça?
- 23) Fale um pouco, por favor, sobre: os artesãos que não quiseram entrar no Projeto, aqueles que entraram e que não continuaram e aqueles que não deram continuidade às parcerias. Como você vê isto, por quê você acha que isto aconteceu?
- 24) Durante a assessoria, os designers/estilistas desenvolvem um diagnóstico sobre os artesãos e seus produtos? (Como conhece as artesãs e é feito o desenvolvimento dos produtos? 1 - procura desenvolver os produtos dentro da perspectiva do eco-design, pensando em todo o ciclo de vida do produto – pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte -, com a intenção de reduzir o impacto ambiental; ou 2 – procura desenvolver os produtos dentro da perspectiva do design sustentável, que possui além das características acima citadas, o desenvolvimento de produtos que sejam úteis para a sociedade, e a preservação das tradições culturais, uma vez que o designer dá

assessoria aos artesãos para o desenvolvimento dos produtos artesanais). Se sim, explique:

25) O que é ser afro-brasileiro? Como é a identidade afro-brasileira, de onde ela vem, como é este hibridismo, sua identificação?

26) Fale um pouco, por favor, sobre o artesanato afro-brasileiro, suas características, o que é o artesanato afro-brasileiro?

27) Por quê os artesãos necessitam da “melhora” na qualidade de seus produtos e de uma capacitação na área de design?

28) Por quê os artesãos afro-brasileiros (urbanos) necessitam da “melhora” na qualidade de seus produtos e de uma capacitação na área de design?

29) Qual a característica de um artesão afro-brasileiro urbano?

30) Você acha que tem diferença entre um artesão afro-brasileiro de um outro artesão? Se sim, qual é?

31) Por quê os consumidores/lojistas compram artesanato?

32) Por quê os consumidores/lojistas compram artesanato desenvolvido dentro de um projeto como o Projeto Artesanato Industrial?

33) Por quê os consumidores/lojistas compram artesanato afro-brasileiro?

34) Por quê os consumidores/lojistas compram artesanato afro-brasileiro desenvolvidos dentro de um projeto como o Projeto Artesanato Industrial?

35) Você acha que uma vez eles não comprando os produtos isto irá influenciar (ou influenciou) nos processos de produção dos artesãos e nas práticas de responsabilidade social exercidas pelos designers, a empresa Moda Eventos e a IRERJ? Explique:

36) Quais são as políticas públicas (incentivo à exportação e infra-estrutura, incentivos fiscais, microcrédito, etc) a nível do governo federal, estado e município que fortalecem e/ou complementam as iniciativas de responsabilidade social dessa natureza (empresa e sociedade civil)?

37) Quais foram as políticas públicas que fortaleceram e/ou complementaram as iniciativas de responsabilidade social da IRERJ e Moda Eventos?

38) Quais foram os desdobramentos relevantes do Projeto Artesanato Industrial?

**Anexo IV.****Roteiro de perguntas para estudo de caso II****Empresa Paulo Borges – estilista: Paulo Borges**

- 1) Você trabalha com grupos de artesãs na produção de suas coleções?
- 2) Como é este trabalho com as artesãs? (é um trabalho de parceria – artesãs lançando coleções com Paulo Borges –, de terceirização ou de capacitação das artesãs para que elas lancem suas próprias coleções?)
- 3) São associações e/ou cooperativas? São quantas artesãs ou grupos?
- 4) Quais são suas características: são bordadeiras, rendeiras, quais são as características culturais específicas das artesãs/grupos (afro-brasileiros, indígenas...)?
- 5) Onde os grupos ficam localizados?
- 6) De onde surgiu esta idéia de trabalhar com artesãs? Desde quando você vem desenvolvendo este trabalho?
- 7) Você considera este trabalho um trabalho de responsabilidade social da sua empresa?
- 8) O que você entende por responsabilidade social?
- 9) O que você entende por responsabilidade social empresarial?
- 10) O que você entende por um projeto ou programa de responsabilidade social?
- 11) Para que um projeto ou programa de responsabilidade social aconteça, o que você acha que é necessário ele ter?
- 12) Num projeto ou programa de responsabilidade social entre designers/estilistas e artesãs, o que você acha que é necessário para que a responsabilidade social aconteça com eficácia?

*O trabalho com as artesãs:*

- 13) O que você acha que mudou na vida das artesãs após trabalharem com você? E na sua?
- 14) A renda delas aumentaram? De quem? Qual o percentual?
- 15) Como é feito o pagamento das artesãs? (por encomenda de produtos, mensal, sazonal...) Como elas calculam o preço das peças? Quanto elas ganham por encomenda, peças ou mês?



16) Elas estão mais empreendedoras após o trabalho com Paulo Borges? Você deu algum subsídio para empreendedorismo?

17) Você deu alguma capacitação na área de design para as artesãs?

Se a resposta for **não** passar para pergunta 21

Se **sim**, você acha que elas estão mais capacitadas? Explique quais são os subsídios para que as artesãs tenham mais conhecimento na área de design: (*desenvolverem melhores soluções, projetarem os produtos com melhor acabamento, funcionalidade, utilidade, economia e melhor utilização de materiais e custos, menor impacto ambiental...*)

----

*Se forem capacitadas por Paulo Borges ou autônomas – lancem suas próprias coleções*

18) Como eram seus produtos antes? Após sua assessoria, os produtos ficaram com mais qualidade e melhoraram o acabamento? (como é feita a produção dos produtos? elas participam de todo o processo de produção dos produtos ou somente parte dele, explique)

----

*Se forem autônomas / lancem suas próprias coleções*

19) Conseguiram entrar com mais firmeza no mercado da moda? Por quê? (como os grupos trabalhavam e vendiam antes, escoamento da produção: onde?)

20) Como calculam o preço das peças? Quanto as artesãs ganham mensalmente?

----

21) Elas conseguem organizar a produção para responder o surgimento das demandas? Se sim, como? Quando não conseguem, qual é o motivo por não conseguirem?

22) Você acha que os produtos estão sendo bem aceitos pelos consumidores?

23) Você acha que elas gostam das coleções que desenvolveram em parceria, terceirização ou capacitação com você? E você, gosta das coleções?

24) Como você acha que as artesãs se sentem sendo participantes (ou depois de suas participações) do trabalho com Paulo Borges? E você, como se sente?

25) Como acontece/aconteceu sua relação com as artesãs durante o trabalho (ou trabalho de desenvolvimento dos produtos – se forem capacitadas ou trabalho de parceria)?

26) Você percebe ou já percebeu algum desconforto ou dúvida das artesãs nesta relação? E você tem ou teve algum desconforto ou dúvida?

27) O que você acha que a relação entre designers/estilistas e artesãs deve ter para que um trabalho como este aconteça?

28) Durante seu trabalho com as artesãs, você desenvolve um diagnóstico sobre as artesãs (e seus produtos)? (Como conhece as artesãs e é feito o desenvolvimento dos produtos? 1 - procura desenvolver os produtos dentro da perspectiva do eco-design, pensando em todo o ciclo de vida do produto – pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte -, com a intenção de reduzir o impacto ambiental; ou 2 – procura desenvolver os produtos dentro da perspectiva do design sustentável, que possui além das

características acima citadas, o desenvolvimento de produtos que sejam úteis para a sociedade, e a preservação das tradições culturais, uma vez que o designer dá assessoria aos artesãos para o desenvolvimento dos produtos artesanais). Se sim, explique:

29) Por quê os consumidores compram artesanato?

30) Por quê os consumidores compram produtos da marca Paulo Borges desenvolvidos dentro desta perspectiva (trabalho com grupos como cooperativas e associações de artesãos)?

---

*Se Victor respondeu que seu trabalho é um trabalho de responsabilidade social empresarial:*

31) Você acha que uma vez eles não comprando os produtos isto irá influenciar (ou influenciou) nos processos de produção das artesãs e nas práticas de responsabilidade social exercidas por você? Explique:

32) Quais são as políticas públicas (incentivo à exportação e infra-estrutura, incentivos fiscais, microcrédito, etc) a nível do governo federal, estado e município que fortalecem e/ou complementam as iniciativas de responsabilidade social dessa natureza (Empresa e sociedade civil)?

33) Quais foram as políticas públicas que fortaleceram e/ou complementaram as iniciativas de responsabilidade social do seu trabalho com as artesãs?

---

**Artesã representante do grupo de bordadeiras, bairro Venda Nova, Belo Horizonte, MG: Marilda  
Trabalho de parceria, terceirização ou capacitação com Empresa Paulo Borges (Paulo Borges - estilista)**

1) Como é o trabalho com Paulo Borges? (é um trabalho de parceria – artesãs lançando coleções com Paulo Borges –, de terceirização ou de capacitação das artesãs para que elas lancem suas próprias coleções?)

2) São associações e/ou cooperativas? São quantas artesãs ou grupos?

3) Quais são suas características: são bordadeiras, rendeiras, quais são as características culturais específicas das artesãs/grupos (afro-brasileiros, indígenas, quilombolas...)?

4) Onde os grupos ficam localizados?

5) Você sabe de onde surgiu esta idéia do Paulo Borges trabalhar com artesãs? Desde quando ele vem desenvolvendo este trabalho?

6) Você sabe se ele considera este trabalho um trabalho de responsabilidade social da sua empresa?

7) O que você entende por responsabilidade social?

- 8) O que você entende por responsabilidade social empresarial?
- 9) O que você entende por um projeto ou programa de responsabilidade social?
- 10) Para que um projeto ou programa de responsabilidade social aconteça, o que você acha que é necessário ele ter?
- 11) Num projeto ou programa de responsabilidade social entre designers/estilistas e artesãs, o que você acha que é necessário para que a responsabilidade social aconteça com eficácia?

*O trabalho com as artesãs:*

12) O que você acha que mudou na sua vida e das outras artesãs após trabalharem com Paulo Borges? E na vida do Paulo Borges?

13) Sua renda aumentou? E das outras artesãs? Qual o percentual?

14) Como é feito o pagamento das artesãs? (por encomenda de produtos, mensal, sazonal...) Como vocês calculam o preço das peças? Quanto ganham por encomenda, peças ou mês?

15) Vocês estão mais empreendedoras após o trabalho com Paulo Borges? Você receberam algum subsídio para empreendedorismo?

16) Vocês receberam capacitação na área de design?

Se a resposta for **não** passar para pergunta 21

Se **sim**, você acha se sente mais capacitada? E as outras artesãs? Explique quais foram os subsídios para que as artesãs tenham mais conhecimento na área de design: *(desenvolverem melhores soluções, projetarem os produtos com melhor acabamento, funcionalidade, utilidade, economia e melhor utilização de materiais e custos, menor impacto ambiental...)*

----

*Se forem capacitadas por Paulo Borges ou autônomas – lancem suas próprias coleções*

17) Como eram seus produtos antes? Após a assessoria de Paulo Borges, os produtos ficaram com mais qualidade e melhoraram o acabamento? (como é feita a produção dos produtos? as artesãs participam de todo o processo de produção dos produtos ou somente parte dele? explique)

----

*Se forem autônomas / lancem suas próprias coleções*

18) Conseguiram entrar com mais firmeza no mercado da moda? Por quê? (como os grupos trabalhavam e vendiam antes, escoamento da produção: onde?)

19) Como calculam o preço das peças? Quanto as artesãs ganham mensalmente?

----

20) As artesãs conseguem organizar a produção para responder o surgimento das demandas? Se sim, como? Quando não conseguem, qual é o motivo por não conseguirem?

- 21) Você acha que os produtos estão sendo bem aceitos pelos consumidores?
- 22) Você gostam das coleções que desenvolveram em parceria, terceirização ou capacitação com Paulo Borges ? E ele, gosta das coleções?
- 23) Como você se sente sendo participante (ou depois de suas participações) do trabalho com Paulo Borges? E as outras artesãs? E Paulo Borges?
- 24) Como acontece/aconteceu a relação das artesãs com Paulo Borges durante o trabalho? (ou trabalho de desenvolvimento dos produtos – se forem capacitadas ou trabalho de parceria?)
- 25) Você tem ou teve algum desconforto ou dúvida nesta relação com Paulo Borges? E ele, você percebeu se ele tem ou teve algum desconforto ou dúvida nesta relação?
- 26) O que você acha que a relação entre designers/estilistas e artesãs deve ter para que um trabalho como este aconteça?
- 27) Durante o trabalho com as artesãs, Paulo Borges desenvolve um diagnóstico sobre as artesãs (e seus produtos)? (Como conhece as artesãs e é feito o desenvolvimento dos produtos? 1 - procura desenvolver os produtos dentro da perspectiva do eco-design, pensando em todo o ciclo de vida do produto – pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte -, com a intenção de reduzir o impacto ambiental; ou 2 – procura desenvolver os produtos dentro da perspectiva do design sustentável, que possui além das características acima citadas, o desenvolvimento de produtos que sejam úteis para a sociedade, e a preservação das tradições culturais, uma vez que o designer dá assessoria aos artesãos para o desenvolvimento dos produtos artesanais). Se sim, explique:
- 28) Por quê os consumidores compram artesanato?
- 29) Por quê os consumidores compram produtos da marca Paulo Borges desenvolvidos dentro desta perspectiva (trabalho com grupos como cooperativas e associações de artesãs)?
- 
- Se a artesã respondeu que o trabalho de Paulo Borges é um trabalho de responsabilidade social empresarial:*
- 30) Você acha que uma vez eles não comprando os produtos isto irá influenciar (ou influenciou) nos processos de produção das artesãs e nas práticas de responsabilidade social exercidas por Paulo Borges ? Explique:
- 31) Quais são as políticas públicas (incentivo à exportação e infra-estrutura, incentivos fiscais, microcrédito, etc) a nível do governo federal, estado e município que fortalecem e/ou complementam as iniciativas de responsabilidade social dessa natureza (Empresa e sociedade civil)?
- 32) Quais foram as políticas públicas que fortaleceram e/ou complementaram as iniciativas de responsabilidade social do trabalho Paulo Borges com as artesãs?

**Anexo V.****Indicadores de avaliação para as perguntas dos anexos II e III**

<b>Indicador</b>	<b>Perguntas</b>
1. Responsabilidade Social	1-24, 31-38
2. Geração de Renda	8,9,10
3. Auto-Estima	8,17,18,19,23
4. Identidade	8,23,25-30
5. Acesso ao mercado interno e externo	10,14
6. Valor Agregado (I.designer, II.artesão, III.produto artesão)	I.designer 20 II. artesão 12,20 III.produto 13,17,24
7. Consumo Consciente	31,32,33,34
8. Design Sustentável	12,13,24,27,28
9. Comércio Justo	1,8, 9,10,24,15,17-30,38
10. Multiplicação	1,16
11. Capacitação em Design	1,12,27,28
12. Empreendedorismo (capacitação)	10,11,15,16
13. Autonomia	1,20-25, 38
14. Assistencialismo x Desenvolvimento	1, 6, 7, 11, 12, 16, 20, 21, 22
15. Influência Mercado	35
16. Relação entre Designer e Artesão	20-24

## Anexo VI.

### Roteiro de perguntas para Projeto Imaginário Pernambucano

(baseado no livro: *Imaginário Pernambucanos: Design, cultura, inclusão social e desenvolvimento sustentável*)

#### O Projeto

- 1) Como surgiu a idéia de formar o Projeto Imaginário Pernambucano?
- 2) De quem veio esta idéia?
- 3) Como é feita toda a mobilização da equipe técnica, dos alunos e professores?
- 4) Qual é o critério de seleção das comunidades?
- 5) Como é feito o trabalho de todos os técnicos juntos, ou seja, desta equipe multidisciplinar para atingir o objetivo de cada comunidade?
- 6) O Imaginário está sempre acompanhando as comunidades ou uma vez terminado cada projeto, as comunidades caminham sozinhas?
- 7) Como garantir a sustentabilidade das comunidades?
- 8) Como garantir a autonomia das comunidades? (principalmente na parte de desenvolvimento de novos produtos para inserção no mercado)
- 9) O Imaginário possui registro da sua intervenção nas comunidades? Se sim, como? Em forma de relatórios, livro, catálogos de cores, materiais, técnicas...?
- 10) Como o Imaginário fez a devolução de seu trabalho de intervenção às comunidades? Foi através do livro *Design, Cultura, Inclusão Social e Desenvolvimento Sustentável* ou existe alguma outra maneira, ou registros que possam ser decodificados de uma forma integral pelas comunidades?

#### A Metodologia

- 1) Favor explicar mais detalhadamente a metodologia (Na pág. 30 do livro é mencionado que a metodologia é participativa, coletiva, individualizada, crítica, contextualizante, o quê significam estas idéias?)
- 2) Favor explicar com mais detalhes como funciona o desenvolvimento da Gestão, Produção, Comunicação e Mercado, como a equipe trabalha, se divide e se organiza para desenvolver estas etapas. Vocês seguem passos pré-estabelecidos em cada etapa? Como é a metodologia de cada etapa?
- 3) Como são desenvolvidos os diagnósticos (ex.: pág 40 Conceição das Afro-brasileiras e pág 78 Tracunhaém)?
- 4) Gestão:
  - 4.1- Como são desenvolvidas as oficinas de gestão?
  - 4.2- Existe a metodologia específica de gestão? Se sim, qual é?
- 5) Design:
  - 5.1- Como fazem para descobrir o DNA das comunidades?
  - 5.2- Como é o trabalho do designer com o artesão? Como foi a relação de designer com os artesãos? Como foi a intervenção de design?
  - 5.3- Existe a metodologia específica do design? Se sim, qual é?
  - 5.4- Quanto tempo de trabalho para conhecer as comunidades até as intervenções?
  - 5.5- Como são as oficinas de design?

5.6- "Pág. 40 – levantamento antropológico foi elaborado na tentativa de compreender melhor a cultura material e imaterial de Conceição das Crioulas e de orientar a abordagem da equipe no desenvolvimento de novos produtos." Como?

5.7- "pág.40 - Oficinas para aprofundar o entendimento da dimensão sociocultural das comunidades e dos limites da intervenção de design". Como?

6) Comunicação: - Existe uma metodologia específica de comunicação? Se sim, qual é?

7) Mercado:

7.1 - Existe a metodologia específica de mercado? Se sim, qual é?

7.2- Favor explicar como é este trabalho da equipe que envolve os cinco eixos gestão, design, comunicação, produção e comercialização.

7.3- Qual é a estratégia de buscar novos mercados?

### **Conceição das Crioulas**

- 1) Pág. 40 – Como foi firmado este acordo coletivo?
- 2) pág. 40 – Como foram coletados os dados sócio econômicos? Por quem? Existe uma metodologia?
- 3) Pág.40 – Como são feitas as oficinas de conscientização, de acordos coletivos, de sensibilização? Existe uma metodologia para estas oficinas?
- 4) Como fizeram para descobrir o DNA de Conceição?
- 5) Como foi a relação com os designers e a intervenção de design?

### **Kambiawá**

- 1) Págs. 48-49 – "aprendizado do artesanato faz parte da grade curricular das escolas existentes no território..."Como foi que conseguiram isto?
- 2) O que é aiós? (pág.50)
- 3) pag.50: "As peças pertencem a um conjunto artesanal de caráter mais contemporâneo...absorveram estilos...aprimoraram técnicas".
  - 3.1- O que quer dizer isto (estes conceitos) em sublinhado?
  - 3.2- Como absorveram estilos e aprimoraram técnicas?
- 4) Pág. 51 – "Formas simples mas tecnicamente bastante elaboradas"
  - 4.1 - O que isto quer dizer?
  - 4.2- Pág. 51 "Aprimoramento dos produtos já existente para inserção no mercado"  
O que quer dizer aprimoramento dos produtos?
  - 4.3 -Qual mercado?
  - 4.4 – "Melhoria = acabamento, proporção, combinação de cores e materiais"  
Como é feito tudo isto? Melhorar o acabamento, como, onde? Proporção, combinação de cores e materiais – por favor, poderiam explicar melhor?
- 4) Pág. 53 – Proporção, acabamento, integridade do produto? Por quê? Como era antes?

### **Alto do Moura**

- 1) Pág. 57 – Imaginário Pernambucano = "recuperar a memória da cultura material"  
Como?
- 2) "Criar conexões sustentáveis entre a produção e as demandas do mercado"  
Como?
- 3) Págs. 62-63 "Nesse contexto...cultura"

3.1- Como garantir isto? "permitisse desenvolver novos produtos a partir da reafirmação da tradição sem no entanto negar as mudanças e interferências ocorridas nas produções, naturais no processo de interlocução com o mercado."

3.2- Como os artesãos conseguiram isto? = "criação de novos produtos, coletivamente, juntando tradição e modernidade"

### **Tracunhaém**

- 1) Favor explicar como foi feito o trabalho de Comunicação de Tracunhaém.  
"pag. 70 –Como uma ferramenta fundamental de promoção de seus trabalhos e histórias e enxergaram na união a forma de modelar esse novo momento da produção do município."
- 2) "Esta proposta trouxe consigo a necessidade de melhorar os espaços expositivos e de produção, que muitas vezes inclusive, misturam-se com os da moradia" Onde são estes espaços agora? São ateliês, fora das casas dos artesãos? Tiveram ajuda financeira para construir estes espaços? Como foi a organização destes espaços produtivos?
- 3) Como é feito este trabalho de promover "caravanas" levando mais visitantes a cidade de Tracunhaém?

### **Cerâmica do Cabo**

- 1) pág. 78 - Como foi feita a sensibilização e mobilização dos ceramistas para a consciência de um projeto coletivo e de um planejamento estratégico?
- 2) Pág. 78 - Favor explicar melhor como foi feito: "otimizar os processos organizacionais e facilitar a implementação de um plano de ação".
- 3) Favor explicar com mais detalhes, como conseguiram:
  - 3.1 – Investindo em qualidade. Explique com mais detalhe, como melhoraram a qualidade.
  - 3.2 – "Diversificando a produção para ampliar a inserção dos produtos no mercado". Como?
  - 3.3 - Depois da intervenção, o grupo conseguiu fazer isto sozinho sem a ajuda do Imaginário?
  - 3.4 – "Manter e expandir o grupo comprometido com o projeto". Como fizeram?
  - 3.5 - "Consolidar e ampliar apoios institucionais". Como fizeram? E o grupo continua fazendo isto sozinho? Como?
- 4) Pág. 78 – Como foi feito o diagnóstico?
- 5) Pág. 80 - Técnica da vitrificação. Como é esta técnica?
  - 5.1 – Por que atender os novos padrões de mercado com esta técnica?
- 6) Pág. 81 – Quais são os padrões técnicos exigidos pelo mercado nacional e internacional? (para cerâmica artesanal utilitária de mesa)
- 7) O que é a gestão colegiada? Como foi desenvolvida? Seguiu alguma metodologia?
  - 7.1 – Como serão estas capacitações e treinamentos?
  - 7.2 – Quem são os profissionais envolvidos?
- 8) Pág. 82 – Por favor, explique como foram as oficinas que buscaram compatibilizar as referências locais à habilidade de cada artesão participante.
- 9) Pág. 83 – "Como resultado, surgiram peças que, por suas características e de uso, conjugam as referências locais à linguagem universal." Como?
- 10) Pág. 84 – "...criação de objetos de maior valor agregado". Por favor explique.



## **Anexo VII.**

### **Definições de ferramentas, guias e normas reconhecidos mundialmente e que têm como meta incentivar as empresas à uma gestão responsável**

#### **1) Declaração Universal dos Direitos Humanos**

Primeira proclamação universal dos direitos civis, políticos e sociais do indivíduo, a Declaração foi adotada em 1948 pela Organização das Nações Unidas (ONU). Com inspiração nesta Declaração foram originados em 1959 e 1993 respectivamente a Declaração dos Direitos da Criança e a Declaração sobre a Eliminação da Violência contra a Mulher. Estes documentos foram pautados na Declaração Universal dos Direitos Humanos que, por sua vez, baseia-se nos direitos de igualdade, liberdade e fraternidade para todo o planeta. [www.onu-brasil.org.br](http://www.onu-brasil.org.br).

#### **2) Agenda 21**

Um dos principais resultados da Eco-92, a Agenda 21 é um documento de quarenta capítulos que estabeleceu a necessidade de cada país se comprometer para a sustentabilidade no mundo conciliando proteção ambiental, justiça social e desenvolvimento econômico. O documento propõe um plano de ação que pode ser adotado local, considerando as especificidades de cada região, e globalmente. [www.mma.gov.br](http://www.mma.gov.br).

#### **3) Carta da Terra**

O objetivo da Carta da Terra é inspirar pessoas, organizações e Estados para que se crie sistemas de desenvolvimento social para a criação e manutenção dos meios sustentáveis de subsistência exterminando a pobreza e fortalecendo as pequenas comunidades. A internacionalização da carta é para que em todo o mundo as empresas sejam pressionadas por seus acionistas para que seus valores e princípios sejam claros no sentido de se obter o desenvolvimento sustentável. Ela visa a construção de uma sociedade justa e pacífica, baseada no desenvolvimento sustentável e por meio de quatro temas principais: proteção ambiental, direitos humanos, desenvolvimento humano eqüitativo e paz. [www.earthcharter.org](http://www.earthcharter.org).

#### **4) Metas do Milênio**

Estabelecidas durante a Cúpula do Milênio, em 2000, as oito metas do milênio foram aprovadas por 191 países representados no encontro. Elas tangem as condições necessárias que devem ser alcançadas pelos países até o ano de 2015 para atingirem o desenvolvimento sustentável global: 1) Erradicar a extrema pobreza e fome; 2) Atingir o ensino básico universal; 3) Promover a igualdade entre os sexos e autonomia das mulheres; 4) Reduzir a mortalidade infantil; 5) Melhorar a saúde materna; 6) Combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças; 7) Garantir a sustentabilidade ambiental e 8) Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento. [www.undp.org.br](http://www.undp.org.br).

#### **5) Projeto Sigma**

Foi criado em 1999 e revisado em 2003, é um documento que ajuda as empresas na definição de suas políticas e princípios de responsabilidade empresarial. Ele é composto por um guia de princípios, um guia de gerenciamento da implementação de atividades pela empresa e um guia de ferramentas. Ele permite que as empresas criem seus

próprios processos em direção a responsabilidade social e pode ser usado em conjunto com outras iniciativas. [www.projectsigma.com](http://www.projectsigma.com).

### **6) Global Reporting Initiative**

Primeira iniciativa que fornece indicadores de sustentabilidade para os balanços empresariais, considerando não só critérios econômicos, mas também os sociais e ambientais, com a finalidade de incorporar a noção de sustentabilidade na mentalidade empresarial. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).

### **7) Pacto Global**

Uma tentativa de humanizar o fenômeno da globalização, o Pacto Global nasceu de uma idéia do ex-secretário da ONU, Kofi Annan, durante o Fórum Econômico Mundial de 1999, propondo a sustentabilidade no meio econômico e a inclusão social. Seus princípios foram originados da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Declaração de Princípios e Direitos Fundamentais do Trabalho e da Declaração do Rio sobre o Ambiente e o Desenvolvimento. [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org).

### **8) Princípios de Governança Corporativa da OCDE (Organização para Cooperação e o Desenvolvimento)**

Reconhecidos internacionalmente, esses princípios constituem uma resposta à demanda por diretrizes de boa governança, visando garantir as integridades das corporações envolvidas e a manutenção de sua estabilidade em quaisquer lugares que elas estejam instaladas ou que tenham ido negociar. Eles levam em conta 5 temas: 1) os diretores e acionistas; 2) o tratamento igualitário entre os acionistas; 3) o papel das demais partes interessadas; 4) a abertura e a transparência; 5) a responsabilidade do Conselho de Administração. [www.oecd.org](http://www.oecd.org).

### **9) The Natural Step**

A fim de sensibilizar as pessoas para a causa ambiental, esse manifesto foi lançado em 1989. Para promover tal sensibilização, o manifesto traz quatro princípios de sustentabilidade, incluindo o objetivo final e uma possibilidade para se alcançá-lo. [www.naturalstep.org](http://www.naturalstep.org).

### **10) Matriz Brasileira de Evidências de Sustentabilidade**

Estudo que busca orientar a percepção sobre riscos, oportunidades e conseqüências da implantação de estratégias de sustentabilidade e que consegue indicar a correlação entre atitudes ambientais das empresas e seu sucesso nos negócios. [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br).

### **11) SA 8000**

Certificação desenvolvida para avaliar as condições humanas dos locais de trabalho, por meio de critérios específicos, considerando solicitações de organizações não-governamentais, sindicatos e empresas. Os critérios são separados em nove áreas: trabalho infantil, trabalho forçado, saúde e segurança, liberdade de associação e reivindicações coletivas, discriminação, práticas disciplinares, horas de trabalho, compensação e sistemas de gerenciamento. [www.cepaa.org](http://www.cepaa.org).

### **12) AA 1000**

Norma que orienta as melhores formas para a realização de relatórios de contabilidade, auditoria e relatório social transparente. Tanto a responsabilidade social quanto a ética guiam as fases da implantação do processo de realização desses documentos. A norma permite que a empresa siga em direção a sustentabilidade e desenvolva por conta própria

seus princípios e ações de responsabilidade social. São cinco as fases de implementação da Norma AA 1000: planejamento, contabilidade, auditoria e relatório, implementação e engajamento das partes interessadas. [www.ccoutability.org.uk](http://www.ccoutability.org.uk).

### **13) Balanço Social do IBASE**

Guia que possibilita as empresas a avaliarem sua atuação social ao longo dos anos de sua atividade, assim como informarem sobre folha de pagamento, gastos com encargos sociais de funcionários e participação dos lucros, desta forma é possível demonstrarem sua atuação de uma forma objetiva e transparente. Foi desenvolvido a partir de uma parceria entre o IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) e empresas públicas e privadas. [www.balancosocial.org.br](http://www.balancosocial.org.br).

### **14) Escala Akatu de Responsabilidade Social**

A partir da percepção dos próprios consumidores, a escala mede a atuação das empresas quanto às suas práticas de responsabilidade social. Trata-se de um questionário simplificado que, após a somatória das respostas, enquadra as empresas em quatro níveis. [www.centroakatu.org.br](http://www.centroakatu.org.br).

### **15) Padrões ISO**

International Organization Standardization: padrões internacionais que visam contribuir para o desenvolvimento, produção e suprimento das empresas e para a segurança na compra e negociação. Podendo ser adotado por empresas tanto do setor público quanto privado e, ainda, organizações do terceiro setor. Seu foco de atenção varia a cada edição.

ISO 9000 – qualidade total;

ISO 14000 – proteção ambiental;

ISO 9000:2000 – revisão do ISO 9000; continua gerenciando a qualidade dos produtos;

ISO 14000 – gerenciamento ambiental (ainda não foca na sustentabilidade);

ISO 26000 – terceira geração de normas, referentes à responsabilidade social, prevista para estar disponível 2008. [www.iso.org](http://www.iso.org).

### **16) Norma ABNT NBR 16001 – Responsabilidade Social – Sistema de Gestão - Requisitos**

Representante oficial da ISO no País, a ABNT desenvolveu um grupo específico para criar a Norma ANBT NBR 16001 para o alcance de uma gestão de responsabilidade social nas empresas. [www.abnt.org.br](http://www.abnt.org.br).

### **17) Critérios de Excelência do Prêmio Nacional de Qualidade**

Conjunto de oito critérios que amparam e orientam uma gestão para que ela seja bem sucedida na sua administração. Eles podem ser adotados por qualquer empresa. São eles: Sociedade, Liderança, Estratégias e Planos, Clientes, Informações e Conhecimentos, Pessoas, Processos e Resultados. [www.fpnq.org.br](http://www.fpnq.org.br).

### **18) Forest Stewardship Council**

Criada após a Rio-92, essa organização não-governamental estabelece princípios e critérios que buscam seguir um padrão no que tange a questão do manejo florestal quanto à sustentabilidade. “São dez princípios e cinquenta e sete critérios que remetem a questões legais, direitos indígenas, direitos trabalhistas, benefícios múltiplos e impactos ambientais”. [www.fsc.org](http://www.fsc.org).

**19) OHSAS 18001**

Occupational Health and Safety Assessment Series é uma norma cujo intuito é certificar empresas e organizações que cuidem da Segurança e Saúde no Trabalho (SST) e que, conseqüentemente, contribuam para a diminuição da presença de riscos ambientais, melhora da saúde ocupacional e segurança de seus colaboradores. [www.osha-bs8800-ohsas-18001-health-and-safety.com](http://www.osha-bs8800-ohsas-18001-health-and-safety.com).

**20) Balanço Social Ethos**

Modelo mais abrangente que o proposto pelo IBASE e criado em 2001, esse balance busca mais espaço para a explicação de contextos e decisões tomadas pela própria empresa no que tange a questão de responsabilidade e de papel social da empresa, servindo, portanto, como meio de diagnosticá-la e avaliar sua evolução nesse quesito ao longo do tempo. [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br).

**21) Indicadores Ethos de Responsabilidade Social**

Ferramenta que permitem que as empresas se auto-avaliem em relação as suas ações responsabilidade social seguindo sete temas principais: Valores, Transparência e Governança; Público Interno; Meio ambiente; Fornecedores; Consumidores e Clientes; Comunidade; Governo e Sociedade. [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br).

Fonte: ETHOS, Instituto. *Guia de Compatibilidade de Ferramentas*, São Paulo, 2005