

CO 3 - ARTESANATO: ARTE POPULAR OU O NOVO LUXO?

Handmade: folk art or new luxury?

Luz, Ana Carla Andrade; Graduada; Faculdade Ateneu, carlaandradeluz@gmail.com¹
Silva, Emanuelle Kelly Rodrigues da; Dra; Universidade Federal do Ceará,
emanukelly@gmail.com²

Resumo: Apresentar o artesanato como arte popular ou o novo luxo é o tema e o principal objetivo deste artigo, que é resultado de pesquisa bibliográfica, embasada no TCC da autora, realizado em 2013. Como resultado, percebeu-se que o artesanato, que está presente em quase todas as cidades brasileiras, em suas diferentes manifestações, pode ser fonte de diferenciação e estilo, características presentes na moda luxo.

Palavras-chave: Artesanato. Luxo. Moda. Cultura.

Abstract: Present the handmade as folk art or the new luxury is the theme and the main purpose of this article, which is the result of bibliographic research, based on the author of the TCC held in 2013. As a result, it was noticed that the handmade, which is present in almost all Brazilian cities, in its different manifestations, can be a source of differentiation and style features found in luxury fashion.

Keywords: Handmade. Luxury. Fashion. Culture..

Introdução

Os artigos de luxo sempre fizeram parte do sonho de consumo das pessoas. Quer seja porque eles possuem alto valor pecuniário agregado, quer por sua exclusividade ou pelo estabelecimento de status elevado, os produtos

¹ Tecnóloga em Design de Moda – Faculdade Católica do Ceará; Pós-graduanda em Design de Moda – Faculdade Ateneu.

² Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva - Graduada em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará; bolsista de extensão pelo Programa Bolsa-Arte do Instituto de Cultura e Arte - ICA/UFC. Mestrado em Sociologia pelo PPGS-UFC. Doutora em Educação Brasileira pela Faculdade de Educação da UFC (FACED). Professora efetiva do Curso de Design-Moda da UFC, assistente nível I (20h) e co-tutora do Programa de Educação Tutorial - PETModa. Líder do grupo de pesquisas Naïf, cadastrado no diretório de grupos do CNPQ.

de luxo sempre estabeleceram a diferenciação entre classes. Os seus consumidores buscam algo mais que o utilitarismo desses produtos, buscam prazer, competição e prestígio. Não basta possuir um artigo de luxo, mas apresentá-lo, deixá-lo à mostra e em exposição, pois o luxo não se presta a ficar escondido.

Uma das melhores maneiras de expor o luxo é conduzindo-o por onde quer que o indivíduo vá, fazendo-o parte de si mesmo, em perfeita simbiose. Nesse sentido, talvez o vestuário seja a melhor maneira de expor concomitantemente o luxo e a condição social da pessoa. Todavia, para que as roupas, de fato, mostrem o grau de sofisticação e exclusividade de seus usuários, não bastam ser caras ou exóticas, mas denotar um caráter individual, com identidade própria, únicas, feitas sob medida, artesanalmente (MELO; VALENÇA, 2010).

Só quem já adquiriu uma roupa sob medida conhece o prazer de vestir algo que foi feito unicamente para si, de forma artesanal. Não é a mesma coisa que ir a um shopping e encontrar alguma roupa que “sirva” e vesti-la. Não há o eterno puxar e repuxar para que aquilo que foi produzido em série consiga se adaptar ao corpo e transmitir conforto, prazer e segurança. Nesse sentido, Silva (2011) afirma que a produção artesanal se insere naquilo em que a produção industrial não consegue preencher, ou seja, na identificação individualizada e simbólica do objeto do desejo.

O artesanato, ao contrário da produção industrial em série, é uma arte carregada de cultura, simbolismo e exclusividade. O valor social e cultural agregado a um produto artesanal são diferenciais valorizados por seus usuários e consumidores. E é de tal forma importante, que obteve uma conceituação manifestada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Para o órgão, os produtos artesanais são:

[...] aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade com o uso de matérias-primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural

e simbólicas e significativas do ponto de vista social. (UNESCO, 1997 apud, BORGES, 2011, p. 21).

Este artigo foi desenvolvido a partir do Trabalho de Conclusão de Curso da autora, feito em 2013, e entregue à Faculdade Católica do Ceará, com o título de 'Artesanato de luxo: da arte popular ao objeto de desejo'. Como metodologia utilizou-se a pesquisa exploratória de caráter bibliográfico, realizada em livros, sítios de repositórios de teses e dissertações de universidades e faculdades brasileiras, além de artigos encontrados nas bases de dados da *Scientific Eletronic Library Online (SciELO)*, de institutos e organizações governamentais, e em anais de eventos de reconhecida expressão, como os Colóquios de Moda realizados pela Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (ABEPEM).

Neste artigo, procura-se apresentar o artesanato como um importante elemento da moda que se insere nas mais variadas formas de sua expressão, sobretudo como fator de diferenciação, exclusividade e luxo. Além disso, foi possível identificar que o mercado de luxo, mesmo sendo afetado pela crise econômica atual, só recentemente apresentou certo declínio. Também foi identificado que cerca de 8,5 milhões de pessoas, no Brasil, são envolvidas com a produção artesanal. Entretanto, notou-se uma pequena diminuição das atividades artesanais no País, exceção apenas em relação às atividades relacionadas à moda, como o bordado, por exemplo, cuja produção passou de 75,6% em 2006, para 76,2%, em 2014 - um pequeno acréscimo, mas que mostra a solidez do ramo.

1 O atual mercado de luxo no Brasil

O mercado de artigos de luxo vivenciou uma expansão bastante expressiva entre os anos de 2006 e 2013, saltando de um faturamento de R\$ 8,4 bi, para R\$ 23,5 bi. Este é um mercado que engloba vários segmentos, mas o setor da moda é, sem dúvidas, um dos mais destacados (DAL BOSCO, 2014).

Para o ano de 2014, tinha-se a expectativa de que o mercado de luxo continuaria sua curva ascendente, todavia, a crise econômica mundial, aliada ao descontrole das políticas econômicas do governo brasileiro, extremamente

prejudicadas pela avalanche de denúncias de casos de corrupção, fizeram com que o mercado de luxo, assim como os demais, experimentasse um recuo expressivo em seu crescimento.

Em entrevista ao Jornal do Brasil, a especialista em mercado de luxo, Renata Galhanone, disse que a falta de confiança nas políticas econômicas praticadas no País fez com que até o mercado de artigos de luxo, normalmente um segmento que demora a ser afetado pelas crises econômicas, sofresse com a diminuição do ímpeto consumista de seus adeptos. Outro entrevistado pelo Jornal do Brasil, Claudio Goldberg, professor da Fundação Getúlio Vargas, informou que os profissionais liberais, que haviam adquirido o gosto pelo consumo dos produtos de luxo, tiveram que frear seus gastos, principalmente em decorrência do fantasma do desemprego e do aumento dos impostos (CRISE..., 2015).

Um dos ícones do consumo de artigos de luxo são as roupas e os acessórios que as acompanham, pois a moda luxo requer holofotes e comentários, ela tem que ser mostrada e vista - para o seu público consumidor, esse é um de seus atributos mais importantes.

Mas o que move este artigo é a possibilidade de se pensar na relação entre a moda de luxo e o artesanato. Fato que é explorado já há muito tempo por grandes marcas de luxo, uma vez que utilizam técnicas artesanais na produção de suas coleções. Nomes como Yves Saint Laurent, Balenciaga, Dior e Chanel, com seus ateliês de costura, que sugeriram antes do *prêt-à-porter* e do *fast-fashion* industrial, produzem peças que são verdadeiras obras de arte, com técnicas ainda artesanais, como é o caso dos bordados.

2 Artesanato e mercado no Brasil

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgados na página do Serviço às Brasileiro de Apoio Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), 8,5 milhões de pessoas estão envolvidas com atividades artesanais no Brasil - o setor chega a movimentar cerca de R\$ 50 bi por ano -, e praticamente metade da produção encontra-se no Nordeste. À época, a atividade representava cerca de 3% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. Ainda de acordo com dados do IBGE, as exportações de artesanato brasileiro

alcançaram US\$ 20 milhões, em 2012, e em 2013 o faturamento das exportações chegou a US\$ 38 milhões (MERCADO..., 2014).

A produção artesanal brasileira está difundida em praticamente todos os municípios brasileiros. Mas, conforme dados de pesquisa realizada em 2014, pelo IBGE³, entre 2006 e 2014 houve diminuição das atividades artesanais no Brasil. Entretanto, em algumas atividades específicas relacionadas ao nicho moda, esta diminuição não foi sentida, pelo contrário: em 2006, 75,4% dos municípios brasileiros estavam envolvidos na produção artesanal de bordado, já em 2014, este percentual passou para 76,2%. Em relação à tecelagem, em 2006, 9,5% dos municípios eram possuíam esta atividade, e em 2014 o percentual alcançou 12,9% (IBGE, 2014).

Nos aspectos comerciais o artesanato também está sujeito às fortes disputas existentes em um mercado cada vez mais globalizado e competitivo, inundado pelos produtos artesanais de baixo custo vindos da Ásia (CRISE..., 2015). Como fator distintivo, faz-se necessário o surgimento de produtos com um diferencial extra, uma singularidade com características exclusivas e uma história própria capaz de competir com diversos outros produtos, não por meio apenas de custos, mas de valores agregados que consigam seduzir o consumidor.

3 Artesanato e moda

Pavimentando o caminho até entrar em definitivo no tema do artesanato de luxo, convém alertar para a difícil missão que é definir o que de fato é artesanato. Barroso Neto (2002) acredita que há uma grande dificuldade nesta conceituação, principalmente devido à tênue separação entre o artesanato e a arte popular, trabalhos manuais e outras manifestações humanas. Já Silva (2011) entende que essa dificuldade existe porque o artesanato está muito incorporado naquilo em que as pessoas julgam constituir suas memórias, ou seja, a arquitetura, simbolismos iconográficos, e a própria história escrita de seus lugares. Mesmo assim, Barroso Neto (2002, p. 3), cria uma definição que

³ IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: cultura: 2014**. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfi/munic/cultura_2014/default.shtm>. Acesso em: 10 abr. 2016.

estabelecerá, neste trabalho, a distinção entre o artesanato e o “simples” trabalho manual: “artesanato é toda atividade produtiva de objetos e artefatos realizados manualmente, ou com utilização de meios rudimentares ou tradicionais, com habilidade, destreza, apuro técnico, engenho e arte”. Este autor ainda divide o artesanato em cinco categorias: utilitários, conceituais, decorativos, litúrgicos e lúdicos.

Também é conveniente estabelecer a diferença entre artesanato e trabalho manual, que embora represente a forma como grande parte das produções artesanais é construída, é apenas uma atividade secundária, e o valor agregado em seus produtos decorre do tempo e da paciência, sendo o valor cultural algo, muitas vezes, irrelevante. Já no trabalho artesanal é possível ver que o artesão executa seu trabalho dando forma à sua arte – eis a sutileza -, transformando a matéria bruta em produtos com alto valor cultural agregado, utilizando-se, quase sempre, de instrumentos rudimentares, muitas vezes confeccionados por ele próprio (LUZ, 2013).

O trabalho artesanal se reconhece como cultura autêntica, quando originado da tradição artística de um povo ou de uma comunidade. O caráter ancestral da forma e da tradição do fazer a arte evidencia o seu valor e importância cultural. Os valores que as produções artesanais, reconhecidamente identificadas como patrimônio tanto material quanto imaterial, impõe uma valoração que ultrapassa o simples valor pecuniário de materiais utilizados e da remuneração pelo tempo gasto pelo artesão na construção/execução do trabalho. Há de ser inserido nessa valoração, o cuidado com a forma do fazer/construir, da utilização de técnicas transmitidas de geração em geração, e do respeito à arte e tradição de um povo.

Em relação à origem e forma com que o artesanato circula e é consumido, Canclini (1983) faz algumas distinções. Para o autor, existem quatro possibilidades de consumo de produtos artesanais: o prático (que se encaixa entre os utilitários, citados por Barroso Neto), o cerimonial (litúrgicos), o suntuário (alto preço e distinção), e o estético ou decorativo (que podem ser expressos tanto em artigos de luxo quanto usuais).

Dessa forma, o artesanato se insinua pelo mundo da moda de diversas formas. Para Gomes e Araújo (2013, p. 3), esta penetração pode ocorrer de duas maneiras distintas: “[...] o artesanato como complemento e agregador de

valor ao produto de moda – inserido na cadeia produtiva da moda, e a peça totalmente artesanal como produto de moda – cadeia produtiva do artesanato”. As autoras dão continuidade ao pensamento, asseverando que a moda e a tendência podem ser ferramentas presentes nos objetos de artesanato, mas não podem atuar como elementos determinantes para a criação e identidade da obra, ficando esse papel restrito ao artesão, o qual expressa, em seu trabalho, sua raiz cultural e identidade local. Nesse sentido, segundo as autoras, para que não se perca a raiz cultural do artesanato, este deve influenciar a moda, pois o contrário pode descaracterizar o conteúdo e a identidade cultural do mesmo.

É grande o risco da perda identitária do artesanato em virtude da “necessidade” de se adequar ao padrão obsoleto da moda, dos avanços tecnológicos, dos produtos artesanais asiáticos vendidos a preços baixos e do aumento da oferta e da procura, que podem conduzir o artesanato a um movimento de renovação que não refletirá os alicerces culturais de sua arte. Corroborando este pensamento, Barroso Neto (2002) acredita que diante desse cenário o desafio é manter os artesãos em suas atividades e adequar suas produções às dinâmicas deste novo mercado, manifestando-se em novos produtos, processos e métodos, como estratégia de sobrevivência.

Esse “discurso” sobre a “má influência” da moda sobre o artesanato, faz parecer que ela é um elemento estranho e desagregador da produção artesanal, não é verdadeiro. Embora o caráter da moda e do artesanato sejam profundamente opostos: uma é cíclica e orbita por infinitudes de tendências e desejos, enquanto o outro é enraizado nas tradições, na cultura, e tende a permanecer fiel às suas origens, juntos se complementam e agregam valores que um só deles, individualmente, não poderia alcançar.

A moda, nas palavras de Treptow (2003, p. 26, grifos nossos), é “um fenômeno social de caráter temporário que descreve a aceitação e a disseminação de um padrão ou um estilo pelo mercado consumidor até a sua massificação e conseqüente *obsolescência como diferenciador social*”. Érica Palomino (2002, p. 3), diz que a moda “[...] é um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso das roupas no dia-a-dia a um contexto maior, político, social e sociológico”.

Economicamente é fácil fazer a distinção entre o que está na moda e o que se encontra fora dela, basta olhar a etiqueta de preço. Esse, também é o sentido do luxo, pois este se expressa naquilo que não é comum ou de livre acesso, e na promoção da satisfação de quem o consome. Entretanto, e quebrando um pouco a ideia de que o luxo é algo, de fato, para poucos, Lipovetsky e Roux (2005) entendem que, atualmente, o luxo não está mais restrito a um determinado grau de status social, mas estratificou-se em diferentes níveis e em diferentes grupos. Da mesma forma é possível se referir ao artesanato, visto que ele se divide, como já foi dito, de acordo com sua finalidade ou intencionalidade.

4 Artesanato é novo luxo?

O imediatismo das relações sociais e a velocidade com que as mudanças estruturais atingem a sociedade é o tema do livro, *A Modernidade Líquida* (2001), de Zigmunt Bauman. A crítica de Bauman às mudanças não se trata de acomodação, mas do efeito desagregador causado pela rapidez destas mudanças, e como isso interfere nos valores culturais da sociedade. Para o autor, as pessoas já estão começando a se desvencilhar destes conceitos imediatistas. Elas agora buscam por produtos mais duráveis, com alto valor cultural e social agregados. Produtos exclusivos tanto em seus estilos quanto em seus conceitos, feitos com exclusividade e tradição. Atributos que se encaixam perfeitamente no caráter dos produtos artesanais feitos à mão (MELO; VALENÇA, 2010).

Para algumas pessoas pode ser difícil entender a concepção de moda artesanal de luxo. Faz parte do inconsciente popular ver o artesanato como uma coisa de baixa qualidade, uma “curiosidade da cultura local”, barata, se prestando apenas para lembrar os lugares visitados na forma de porta trecos, enfeites e penduricalhos multicoloridos. Claro que este tipo de artesanato existe e também tem o seu valor, mas, como dito anteriormente, estes se enquadram mais na qualidade dos trabalhos manuais repetitivos, feitos por várias pessoas, ou seja, sem grande apuro no seu acabamento, e sem nenhum, ou pouco, valor cultural agregado – quem nunca foi a Manaus e não

voltou com brincos de penas coloridas, ou ao Ceará e não voltou com uma jangadinha feita da casca (quenga) do coco?

A moda está ligada ao artesanato pelo fato desta, também, estar inserida no universo da cultura. Por meio da moda e como forma de expressão individual os indivíduos podem ser socialmente reconhecidos e diferenciados. Traduzindo-a em um contexto maior, como em uma sociedade, a moda pode expressar a vida coletiva de um povo, seus hábitos e costumes.

Sabe-se que o mercado de luxo na moda, como já foi dito, possui suas “figurinhas carimbadas”, todavia, hoje em dia já se fala em um “novo luxo”. Um luxo que não depende de uma grande *Maison* por trás de seus produtos, e cujos adeptos possuem capital cultural suficiente para identificá-lo em seus detalhes mais “preciosos”. Essas pessoas entendem o caráter social de um produto como fator de destaque e superioridade intelectual, inclusive (MACHADO, 2006).

[...] O trabalho dos prisioneiros, das mulheres das comunidades carentes, dos deficientes físicos e dos menores vizinhos às áreas de atuação do tráfico de drogas, hoje é incorporado às mercadorias como diferencial de produto raro, especial e com história (MACHADO, 2006, p. 118).

Trata-se da personificação do *hand made*, aliado à responsabilidade social, surgindo como a maior expressão daquilo que pode ser chamado de exclusivo e único. Além disso, todos os atores envolvidos na produção desse “novo luxo”, inclusive aqueles citados por Machado (2009), se encaixam no caráter artesanal da confecção desses produtos, emprestando-lhes, cada um deles, certo grau de diferenciação social e cultural.

Alguns designers brasileiros, como Martha Medeiros, proprietária da boutique de multimarca, Maison M, em Maceió, que cria peças inspiradas na delicadeza da renda produzida por artesãs experientes e tradicionais, aliada a técnicas sofisticadas de costura, e o Mestre artesão cearense, Espedito Seleiro, autor, designer e escultor de sua própria arte – suas sandálias de couro colorido estão nas passarelas mundo afora -, conseguem moldar suas produções entre os pontos de convergência e divergência da moda e do artesanato, adequando-os ao universo *fashion* através de peças autorais, com singularidades e características bem brasileiras - é aí que se estabelece o caráter do luxo e da exclusividade. Todavia, o grande desafio da mistura entre

o artesanato, a moda e o luxo é não permitir que o artesanato perca suas raízes ao receber novos conceitos emanados destes “novos parceiros”.

Depois de tantas afirmações de que o artesanato deve se manter fiel à sua tradição cultural e origens, parece paradoxal rotulá-lo como algo que se insere em conceitos de vanguarda e inovação, não é. Pois o que é tradicional, e às vezes desvalorizado em seu local de origem, tanto em sua forma original como em sua inserção na construção de um novo estilo ou produto, implanta, nesse saber tradicional, o caráter do que é novo e diferente.

Mesmo amparado na tradição e na cultura o artesanato não se prende às amarras da mesmice, pois ele aflora do conhecimento, da habilidade, da tradição e da criatividade do artesão. Até quando se vale de pontos, entalhes e dobras perpetuados por gerações, o artesão os molda, une e separa, de forma a inovar o desenho, a textura, e demais dimensões envolvidas em sua arte. Então, “Sim!”, é a resposta ao questionamento tema deste tópico: o artesanato é novo luxo?

Considerações Finais

Apesar de o artesanato ser uma atividade presente em quase 80% do território brasileiro, o conhecimento e valorização do mesmo perante a sociedade, principalmente tratando-se da produção artesanal local, não reflete o tamanho e a importância econômica e cultural deste ofício.

Na realidade, o artesanato é quase uma entidade cultural, um ‘ser’ vibrante que ‘adora’ ser admirado e valorizado pela sua tradição, cultura, história, estilo e qualidade. E existem aqueles que o enxergam como tal, valorizando cada pequeno detalhe agregador de individualidade e luxo, que empresta aos seus usuários, uma identidade própria e única. É impossível não reconhecer que o artesanato se insinua e se insere até nas maiores *maisons* da moda luxo brasileira e internacional.

É preciso falar da importância e qualidade da produção artesanal do País, alardear a beleza e qualidade das rendas e bordados brasileiros, dos maravilhosos acessórios trabalhados com esmero e luxo, sem perder suas raízes regionais - este, talvez um dos maiores problemas devido à possibilidade da utilização de outros materiais e técnicas não tradicionais, que

são, realmente, fatores de diferenciação e valorização. É urgente que essa verdade e reconhecimento saia do ambiente acadêmico, invada as passarelas, a TV e o cinema, e promova a perpetuação das tradições locais através da promoção de cursos de capacitação, e a criação/manutenção de ambientes permanentes de exibição e negociação dos trabalhos artesanais – identificar por quais motivos algumas expressões do artesanato têm diminuído sua produção. Enfim, é fundamental ter orgulho de um dos maiores representantes da produção cultural do Brasil.

Referências

BARROSO NETO, E. **Curso design, identidade cultural e artesanato**. Fortaleza: SEBRAE / FIEC, 2002. Módulos 1 e 2.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

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

BRASIL. **Base conceitual do artesanato brasileiro**. Programa do Artesanato Brasileiro (PAB). Presidência da República. Brasília (DF), 2012. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1347644592.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2016.

CRISE começa a atingir mercado de luxo. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 15 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/economia/noticias/2015/02/15/crise-comeca-a-atingir-mercado-de-luxo/>>. Acesso em: 09 abr. 2016.

DAL BOSCO, G. L. da S. **Mercado de luxo no Brasil: segmento moda**. In: 10º Colóquio de Moda, 10, 2014. Caxias do Sul. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/10-Coloquio-de-Moda_2014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO5-MARKETING/CO-Eixo-5-Mercado-de-Luxo-no-Brasil-Segmento-Moda.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2016.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: cultura: 2014**. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura_2014/default.shtm>. Acesso em: 10 abr. 2016.

LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. O luxo eterno: **da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LUZ, A. C. A. **Artesanato de luxo**: da arte popular ao objeto de desejo. (Monografia). Fortaleza: FCC, 2013.

MELO, M. T.; VALENÇA, L. do A. **A inserção da renda artesanal filé no conceito do novo luxo**. Encontro de ensino, pesquisa e extensão (Fac. Senac), 2010. Disponível em: <http://www.faculdadesenacpe.edu.br/encontro-de-ensino-pesquisa/2011/IV/anais/comunicacao/005_2010_ap_oral.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2016.

MERCADO artesanal. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – **SEBRAE**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/como-abrir-uma-loja-de-artesanato-em-minas-gerais,bf881947e93c9410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 10 abr. 2016.