

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC GINO REZAGHI**

**ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO
EM MARKETING**

**HEMILLY DENISE GOMES DA SILVA
KÉZYA MOREIRA SANTOS
LEONAI MARIA SOARES REIS**

**A importância do trabalho artesanal enquanto Atividade
Econômica na cidade de Cajamar.**

**CAJAMAR
2025**

A IMPORTÂNCIA DO TRABALHO ARTESANAL ENQUANTO ATIVIDADE ECONÔMICA NA CIDADE DE CAJAMAR.

Autor¹, Hemilly Denise Silva Gomes

Autor², Kézya Moreira Santos

Autor³, Leonai Maria Soares Reis

Professores Orientadores: Anelise Stringuetto⁴ e Diego Silva Neves⁵

RESUMO- Este estudo de conclusão de curso tem por objetivo analisar a atividade artesanal como fonte econômica no município de Cajamar, São Paulo, destacando seus impactos socioeconômicos e culturais. O estudo adota a metodologia de estudo de caso e pesquisa de campo com o grupo Casa Criativa, partindo da hipótese de que o artesanato possui relevância para a economia local e para a valorização da identidade regional. A pesquisa demonstra que o artesanato atua na preservação cultural e na promoção da criatividade como alternativa de renda e autonomia para os artesãos. Portanto, identifica-se a carência de políticas públicas, de reconhecimento profissional e de apoio institucional para a devida valorização do setor. Conclui-se que a prática artesanal desempenha um papel essencial no desenvolvimento de Cajamar, constituindo-se como uma forma legítima de transformação social e expressão comunitária. Ressalta-se a necessidade de maior apoio público e social para garantir a continuidade dessa prática manual.

PALAVRAS-CHAVE: Artesanato. Economia criativa. Cultura. Empreendimento.

ABSTRACT- This Course Conclusion Paper aims to analyze artisanal activity as an economic source in the municipality of Cajamar, São Paulo, highlighting its socioeconomic and cultural impacts. The study adopts the methodology of a case study and field research involving the Casa Criativa group, based on the hypothesis that craftsmanship is relevant to the local economy and the valorization of regional identity. The research demonstrates that handicraft acts in cultural preservation and the promotion of creativity as an alternative source of income and autonomy for artisans. Therefore, a dearth of public policies, professional recognition, and institutional support for the proper valuation of the sector is identified. It is concluded that artisanal practice plays an essential role in Cajamar's development, constituting a legitimate form of social transformation and community expression. The need for greater public and social support to ensure the continuity of this manual practice is emphasized.

KEYWORD: Craftsmanship. Creative economy. Culture. Enterprise.

¹E-mail: hemilly.silva12@etec.sp.gov.br

²E-mail: kezya.santos3@etec.sp.gov.br

³E-mail: leonai.reis@etec.sp.gov.br

⁴ Professora Orientadora Anelise Stringuetto: anelise.stringuetto3@etec.sp.gov.br

⁵ Professor Orientador Diego Silva Neves: diego.neves19@etec.sp.gov.br

INTRODUÇÃO

O trabalho artesanal desempenha um papel fundamental como gerador de renda e dinamizador da economia local em diversas cidades, incluindo Cajamar, São Paulo. Apesar de sua relevância econômica e cultural, o artesanato na cidade enfrenta uma série de desafios, como a falta de apoio institucional, carência de políticas públicas específicas e o baixo reconhecimento social, que limitam o seu potencial de crescimento e formalização. Além disso, grande parte da população ainda não reconhece o artesanato como uma atividade produtiva e sustentável, o que dificulta o fortalecimento desse segmento.

Nesse contexto, o artesanato não é apenas uma forma de trabalho autossuficiente, mas também representa um meio de empreendedorismo autônomo, movimentando a economia por meio de feiras e eventos culturais que promovem a valorização da identidade local.

Entretanto, este estudo tem como objetivo analisar a importância do trabalho artesanal enquanto atividade econômica na cidade de Cajamar, através do grupo de artesanato autônomo Casa Criativa buscando compreender as dificuldades enfrentadas pelos artesãos, o grau de conhecimento e interesse da população sobre o tema, e apontar formas de valorização que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dessa atividade. A pesquisa abordará aspectos do marketing social e empreendedorismo cultural, além das diferenças entre o trabalho formal e informal no contexto do artesanato local. Espera-se que os resultados possam fornecer subsídios para políticas públicas e ações que promovam o reconhecimento, o apoio e a expansão do setor artesanal em Cajamar.

1. O QUE É MARKETING?

Em um cenário de expansão e competitividade de mercado, o marketing oferece ferramentas essenciais para o desenvolvimento profissional e individual. Sob a perspectiva de Kotler (2000), trata-se de um processo social presente tanto em ambientes profissionais quanto coletivos, cuja finalidade é agregar valor, promover bem-estar e gerar identificação. Kotler dividiu o marketing em segmentações

específicas, voltadas para produtos, consumidores, valores e causas sociais. Dentre as estratégias utilizadas, destacam-se o marketing tradicional, as ferramentas digitais aplicadas ao marketing digital, o marketing de causa, conectando o público a questões sociais e ambientais, além do marketing social, capaz de provocar mudanças de comportamento benéficas à comunidade.

Segundo Godin (2019), o marketing, além de estimular ações concretas e direcionar para a solução de problemas, representa um ato de generosidade e empatia. Em sua abordagem, narrativas autênticas são responsáveis por construir conexões e significados entre grupos específicos. Dessa forma, o marketing deixa de ser apenas uma técnica e passa a ser visto como caminho para o engajamento em causas relevantes, promovendo a empatia e atendendo às necessidades reais das comunidades.

1.1 O Que É Empreendedorismo?

O termo empreendedorismo pode ser definido como a criação de valor por meio de inovação, cultura e criatividade, exercendo um papel significativo na economia local. Segundo Schumpeter (1911), o empreendimento consiste na combinação de inovações e técnicas, originando ciclos econômicos de crescimento e recessão.

O empreendedor é, portanto, o agente central que movimenta esse sistema, gerando receita, progresso e empregos. Estima-se que, no Brasil, cerca de 8,5 milhões de pessoas vivem da produção própria, artesanal e de empreendimentos, o que corresponde a cerca de 3% do Produto Interno Bruto (PIB) Brasileiro atual (SEBRAE).

Existem quatro tipos principais de empreendedorismo que se manifestam de formas distintas, adaptando-se a diferentes contextos, objetivos e formas de atuação. Assimilar esses diferentes modelos é importante para perceber como cada um se adequa a determinadas situações, demandas e contextos. Entre esses tipos, destacam-se o empreendedorismo social, que busca soluções para problemas comunitários sociais; o empreendedorismo cultural, que valoriza e promove a expressão artística por meio da arte, comunicação e artesanato; e, por fim, o empreendedorismo para grandes empresas, que ocorre dentro das instituições.

1.2 Economia Criativa.

A economia criativa compreende negócios e atividades baseando-se em conhecimento, criatividade e capital criativo, com foco na geração de trabalho e renda, contrapondo a economia tradicional, este setor valoriza o potencial individual e coletivo para a produção de bens e serviços criativos, sejam eles tangíveis ou intangíveis, estando presente em áreas como a cultura, design e artesanato. Segundo a ONU (2013), trata-se de um segmento de rápido crescimento, capaz de promover empregos, renda e exportações, além de valorizar a originalidade e a diversidade cultural. Ao contrário da produção tradicional, a economia criativa agrega valor por meio da expressão artística aliada à inovação.

Em contexto brasileiro, políticas públicas vêm sendo estruturadas para fortalecer o setor, destacando-se a recente recriação da Secretaria de Economia Criativa pelo governo federal, vinculada ao Ministério da Cultura. Essa iniciativa representa a consolidação da economia criativa como estratégia para o desenvolvimento social, econômico, ambiental e cultural do país, conforme apresentado no movimento Brasil Criativo. Tais medidas buscam promover a qualificação dos criadores e autossuficiência dos empreendedores, com impactos positivos não só no crescimento econômico, mas também na valorização da diversidade e na inclusão.

1.3 Marketing Social E Empreendedorismo Cultural.

Entre os modelos de empreendedorismo, o cultural destaca-se por valorizar a identidade local mediante a integração da criatividade aos negócios, promovendo impactos econômicos relevantes por meio da autossuficiência e inovação. Além de impulsionar práticas de mercado modernas, fortalece as expressões culturais e sociais das comunidades, contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Inserido na teoria de Schumpeter e de Philip Kotler, o marketing revela-se essencial para o empreendedorismo cultural, pois adapta-se às dinâmicas do mercado e viabiliza uma comunicação eficiente e entrega de valor, tanto no plano individual quanto coletivo. Conceitos do marketing, como segmentação e posicionamento, tornam possível a

divulgação e conexão das causas culturais -como o artesanato- com públicos específicos, promovendo identificação. Assim, o marketing desempenha um papel estratégico ao fortalecer vínculos entre cultura e mercado, favorecendo o desenvolvimento e a valorização das tradições locais e, conseqüentemente, a geração de renda, especialmente em atividades como o artesanato.

2. RAÍZES DO ARTESANATO.

O artesanato é uma ferramenta importante para o fator sociocultural do Brasil, pois possui influência direta no ciclo econômico devido sua autonomia, que possibilita a criação de empreendimentos manuais. Estima-se que cerca de 8,5 milhões de brasileiros utilizam o artesanato como meio de empregabilidade e sustento. Contudo o artesanato não é visto como uma forma de emprego formal e nem como parte de uma base econômica, gerando sua desvalorização.

Suas raízes iniciam-se com os povos originários que residiam no Brasil, em que os mesmos fabricavam ferramentas através de matérias primas como madeiras, fibras vegetais e cerâmica. Devido a colonização dos portugueses, o artesanato passou a receber influências e novas técnicas resultando em variações culturais de acordo com a localização. O artesanato estimula o sentimento de pertencimento com o local, utilizando saberes culturais e tradição.

Durante o século XIX devido a acontecimentos como a revolução industrial, inicia-se a automatização dos processos, em que substitui os saberes artesanais por maquinários que significavam inovação e modernidade à época, ao contrário do trabalho manual.

2.1 Artesanato Sustentável.

O termo sustentabilidade, derivado do latim *sustentare* refere-se à preservação, conservação e reutilização dos recursos, promovendo um desenvolvimento equilibrado e vida útil de materiais que poderiam ser descartados incorretamente. Destaca a importância da responsabilidade ambiental por meio da

prevenção do descarte inadequado de resíduos, como o plástico, e da reutilização de materiais recicláveis. Nesse sentido, o artesanato contribui significativamente, ao transformar esses materiais reaproveitáveis em novos produtos, estimulando a conscientização ambiental e apoiando práticas sustentáveis.

O artesanato sustentável consiste em reaproveitar materiais que seriam descartados e criar peças significativas, evitando o descarte incorreto, explorando a criatividade e utilizando-se de conhecimentos locais. Além de utilizar materiais recicláveis e contribuir para a preservação do meio ambiental, o artesanato sustentável é uma forma de renda e identidade cultural em muitas regiões, expressando resistência através da arte e preservando técnicas e tradições artesanais.

2.2 Trabalho Formal E Informal.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o registro formal se caracteriza pela carteira assinada (CLT) ou pelo MEI (Microempreendedor Individual), que exige registro e documentações específicas. O trabalho informal não possui registro nem proteção trabalhista por lei, tornando o trabalhador mais vulnerável às mudanças de mercado e às crises econômicas.

No Brasil, em torno de 70% dos artesãos atuam de maneira informal, ou seja, não possuem o registro de Microempreendedor Individual (MEI). Há alguns fatores que impossibilitam o acesso a esse registro, como a falta de orçamento para arcar com os custos, o que dificulta o acesso a benefícios como linhas de crédito, capacitação e crescimento profissional, além de suporte para seus negócios. A informalidade impossibilita o crescimento e a profissionalização desses trabalhadores manuais que compõem a economia criativa, a qual contribui significativamente para a geração de renda e a preservação cultural em diversas regiões do país.

2.2 A Importância Do Artesanato Enquanto Fonte De Renda.

Estima-se que o artesanato corresponda a cerca de 50 bilhões em receita por ano, o que equivale a 3% do PIB nacional (IBGE). Parte da população brasileira utiliza

essa atividade como meio de renda, com destaque para as mulheres, que representam 60% da participação no setor. Um estudo realizado pela Secretaria de Cultura do Governo Federal aponta um crescimento de 26% no número de artesãos registrados, impulsionado por programas governamentais como o Programa Nacional do Artista Popular, que apoia empreendedores e microempreendedores manuais.

Entre os principais fatores que ocasionam sua desvalorização estão o avanço da industrialização em massa, substituindo produtos artesanais por produtos industrializados que possuem menor custo em sua fabricação, possibilitando uma produção em grandes quantidades. Outro fator é a falta de reconhecimento, que reforça a ideia de que é apenas um hobby ou um passatempo, esse pensamento social é retratado no artigo publicado pelos autores Flávia em 2022 através da revista TEXTURA -Você trabalha ou só faz artesanato? Desvalorização do trabalho artesanal-. O artesanato exerce um impacto significativo na economia, atuando como importante gerador de emprego e renda, sendo responsável pelo sustento de mais de 8,5 milhões de brasileiros. Em Cajamar, estima-se que mais de 100 artesãos dependam dessa atividade para garantir seu sustento; no entanto, sua atuação ainda é pouco reconhecida como uma forma de trabalho formal.

3. RECONHECENDO O ARTESANATO.

Neste processo, o artesanato local foi investigado usando pesquisas, entrevistas e parcerias, buscando entender melhor essa prática manual e seu conceito. Durante as pesquisas, foi firmada uma parceria com o grupo de artesanato local Casa Criativa. O grupo se reúne para realizar cursos, aplicando o artesanato como meio de gerar renda e empreender. Por meio dessa colaboração com o grupo, foi possível conhecer empreendedoras como Ana Beatris Souza e a diretora Dalila. Elas prestaram auxílio no desenvolvimento do artigo e participaram da realização de parte das entrevistas propostas.

3.1 Entrevistas: Ana Beatris Souza – Costura Criativa.

Realizou-se uma entrevista com Ana Beatris, uma das pioneiras e parte da organização do grupo, visando analisar a funcionalidade e organização das feiras, além de compreender os diversos pontos de vista. A trajetória pessoal e profissional de Ana destaca a relevância do artesanato no meio sociocultural de Cajamar. Seu relato possibilitou visualizar os desafios estruturais e sociais enfrentados por esses empreendedores.

O grupo casa do artesão era um local em que podíamos compartilhar técnicas, saberes e partilhar aulas pagas, em que as mesmas auxiliavam necessidades como a compra de instrumentos próprios nossos. As aulas serviam como distração e aprendizado à muitas pessoas, cheguei a dar aula a uma moça que possuía problemas em casa, por conta disso ela estava sempre muito sobrecarregada, e as aulas de bordado que realizávamos ajudava ela a ter uma forma de aprender algo novo, servindo até como uma terapia mental. (BEATRIS, 2025).

Ao ser diagnosticada com um câncer, Ana foi afastada de seu cargo e, em seguida, optou por estabelecer-se em outro país. Posteriormente, retornou ao Brasil dedicando-se integralmente ao artesanato e ao trabalho manual. Iniciou-se através de bordados a mão, confeccionando toalhas e quadros. Com o passar do tempo, a artesã passou a questionar a ausência de grupos organizados e de feiras voltadas ao artesanato, o que a motivou a buscar alternativas na cidade vizinha, Santana de Parnaíba. Seu objetivo era inscrever-se e obter a carteirinha de artesã, condição necessária para participar das feiras realizadas no município. Entretanto, teve sua solicitação negada por não residir na cidade, visto que a autorização era destinada exclusivamente a residentes da cidade.

Ao ser questionada sobre sua presença naquele espaço, Ana relatou a existência de uma lei estabelecida pela então prefeita Paula Ribas, que proibia artesãos de realizarem feiras em locais públicos. Com a mudança de gestão, o sucessor de Paula, Danilo Joan, revogou tal lei e ofereceu um espaço para a realização da primeira feira voltada exclusivamente a artesãos cajamarenses. Segundo o relato da artesã, após esse período surgiram diversos desafios relacionados à infraestrutura dos eventos, além da falta de apoio por parte dos órgãos responsáveis pela cultura do município, o que impactava diretamente a visibilidade e o reconhecimento dos artesãos locais.

Com o passar dos anos, entretanto, foi conquistado um espaço fixo, denominado Casa do Artesão, cedido pela prefeitura. O município assumia custos como energia elétrica, água e aluguel. Ana descreve esse espaço como uma conquista significativa para os artesãos, pois além de servir como local de prática de suas técnicas, permitia a realização de aulas pagas, viabilizando uma fonte de sustento para os profissionais da área.

3.2 Dalila – Dearte Crochê E Costura Criativa.

Dalila, uma das criadoras e supervisora, desempenha um papel fundamental na sua organização. É responsável por articular as feiras, encaminhando ofícios à prefeitura para solicitar os espaços necessários à realização dos eventos. Além disso, atua como conselheira de cultura da cidade, acompanhando e fiscalizando as atividades do grupo para garantir que todas as produções apresentadas sejam inteiramente manuais. No relato de suas experiências, destaca as dificuldades enfrentadas no processo de encaminhamento dos ofícios à prefeitura e observa a recorrência de pensamentos como “em atacados acho mais barato e em conta”, os quais, segundo ela, acabam por desvalorizar o trabalho dos empreendedores locais.

“Há situações em que encaminhamos ofícios a prefeitura, encaixamos no calendário de eventos, solicitamos barracas para o local e desmarcam ou não cedem o número correto de barracas, sem avisos prévios. Além disso enfrentamos desafios como a falta de divulgação correta por parte da prefeitura, falta de visibilidade socialmente, fortalecendo a ideia de que o artesanato é apenas um hobby por diversão, e não uma forma de trabalho.” (DALILA, 2025).

"Há certa seletividade nesse âmbito, pois em muitos eventos a prefeitura trás artistas independentes de fora, o que acaba tirando a visualização do trabalho e do empreendedorismo manual da cidade, muito pelo motivo de não ter a visibilidade correta ao nosso trabalho" DALILA, 2025).

3.3 Casa Criativa

O espaço anteriormente cedido pela prefeitura ao grupo foi retirado em decorrência de um corte de gastos, com a promessa que, após a normalização da

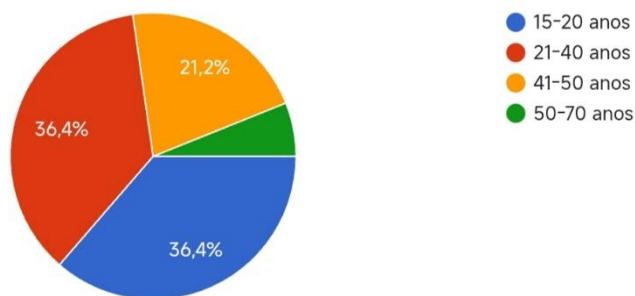
situação, seria disponibilizado um novo local promessa que, entretanto, não foi cumprida. Com a ausência de um espaço físico, o grupo passou a enfrentar dificuldades, recorrentes pela falta de visibilidade que anteriormente possuía por meio dos cursos pagos de bordado e crochê, que eram disponibilizados. Esses cursos, além de contribuírem para o conhecimento social do artesanato, eram utilizados como fonte de recursos para custear despesas como transporte e as taxas exigidas para a participação em determinadas feiras.

A inexistência de um espaço adequado para a produção e o planejamento de eventos afeta diretamente o grupo, atualmente composto por aproximadamente 38 artesãos, que dependem do grupo para a divulgação de seus trabalhos. Após a perda do espaço, Casa do Artesão, Dalila manifestou a intenção de formalizar a iniciativa por meio da obtenção de um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Almejando-se alcançar esse objetivo, o grupo tem destinado parte do valor arrecadado com a venda de seus produtos a arrecadação do valor necessário, possibilitando a participação em eventos culturais promovidos por empresas do setor logístico da cidade, bem como em feiras de maior porte que exigem a formalização jurídica.

3.4 Pesquisa De Campo.

Visando compreender melhor realizou-se uma pesquisa de campo, através de um questionário com perguntas abertas e fechadas, em que obteve-se 33 respostas possibilitando a análise do cenário artesanal local.

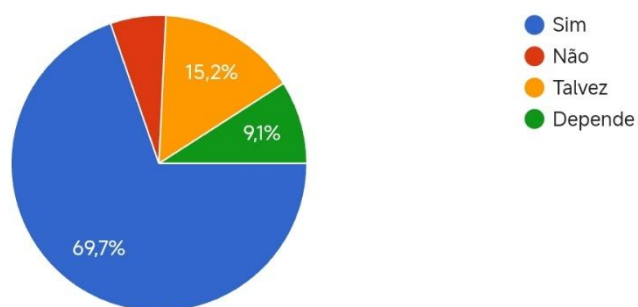
GRÁFICO 1 - FAIXA ETÁRIA



Fonte: Autoria Própria (2025)

Os participantes da pesquisa possuem entre 15 a 40 anos, em suma pertencentes ao gênero feminino.

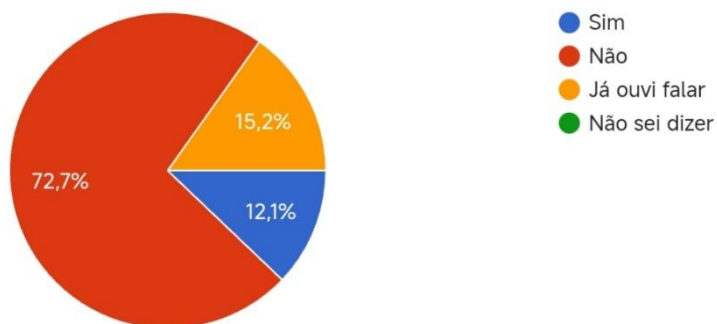
GRÁFICO 2 - INTERESSE POR TRABALHOS ARTESANAIS



Fonte: Autoria Própria (2025)

Cerca de 69,7% demonstram interesse pelo trabalho artesanal.

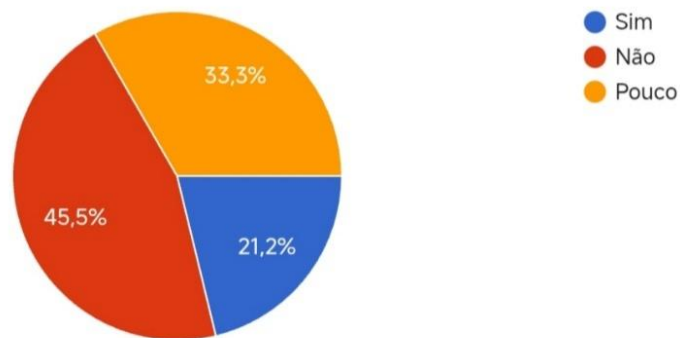
GRÁFICO 3 - CONHECIMENTO DO GRUPO



Fonte: Autoria Própria (2025)

72,7% dos cidadãos locais não conhecem o grupo.

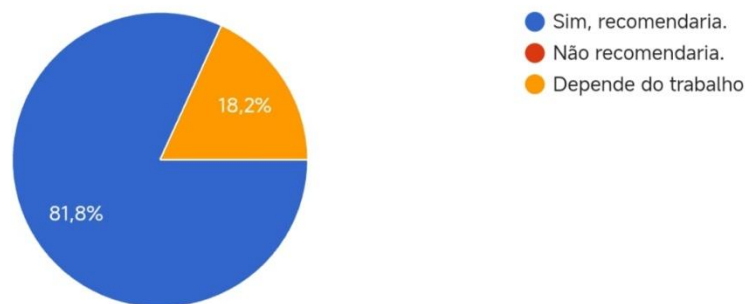
GRÁFICO 4 - VALORIZAÇÃO DA CIDADE



Fonte: Autoria Própria (2025)

45,5% das respostas afirmam que o artesanato não é valorizado, evidenciando sua desvalorização.

GRÁFICO 5 - INDICAÇÃO DE TRABALHOS ARTESANAIS



Fonte: Autoria Própria (2025)

81,8% Recomendariam produtos feitos a mão.

3.4.1 Pesquisa Qualitativa

1. Você utiliza, cria ou conhece alguém que produza peças artesanais?.

Em maiores índices 21,2% criam ou conhece alguém que produz e 18,2% não criam e não conhecem pessoas que produzem.

2. Presença em feiras que ocorrem.

Em suma, 27,3% afirmam que não frequentam as feiras, enquanto 24,2% declaram que frequentam.

Conclui-se, a partir desta pesquisa, que o trabalho artesanal está profundamente inserido no contexto social - tanto de forma direta quanto indireta -, como um importante fator econômico na geração de renda e na valorização cultural enquanto identidade. Contudo, observa-se que essa atividade ainda não recebe a devida valorização e reconhecimento, o que reforça a necessidade de políticas públicas e ações que promovam maior visibilidade.

4. APLICABILIDADE.

Durante o desenvolvimento deste trabalho, foi possível aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos ao longo do curso por meio de visitas, observações e ações realizadas junto ao grupo Casa do Artesão, localizado no município de Cajamar. Esse contato permitiu compreender de forma mais ampla o funcionamento das feiras artesanais, a organização dos eventos, as estratégias de divulgação e as principais dificuldades enfrentadas pelos artesãos locais.

Além das visitas, o grupo manteve contato direto com a artesã Ana Beatriz Souza, uma das representantes do coletivo, o que possibilitou uma compreensão mais aprofundada sobre o impacto social, econômico e cultural do artesanato na cidade. Observou-se, ainda, o papel essencial das mulheres empreendedoras nesse contexto, que encontram nessa atividade uma fonte de autonomia financeira, valorização pessoal e fortalecimento da identidade local.

Essa experiência prática foi fundamental para consolidar a pesquisa bibliográfica desenvolvida, permitindo relacionar a teoria à realidade observada e evidenciando a relevância do artesanato para o desenvolvimento comunitário, a preservação das tradições e o fortalecimento da economia criativa em Cajamar.

4.1 Análise De Pesquisa.

Como parte prática do projeto, foi elaborado e aplicado um questionário online com o objetivo de analisar o nível de conhecimento da população sobre o artesanato local, bem como a percepção de valorização da atividade e o interesse em participar de oficinas ou eventos relacionados. Ao todo, 33 pessoas responderam à pesquisa, abrangendo diferentes faixas etárias — com destaque para o público entre 15 e 40 anos — e, em sua maioria, do gênero feminino (72,7%). Essa diversidade de perfis possibilitou uma análise mais abrangente sobre o alcance e a importância do artesanato na comunidade cajamarense.

Os resultados apontaram que 69,7% dos participantes demonstram interesse por trabalhos artesanais, o que revela um apreço considerável pela produção manual e pela originalidade dos produtos. No entanto, 45,5% afirmaram acreditar que o artesanato ainda não é devidamente valorizado na cidade, o que indica a necessidade de ampliar ações de divulgação e reconhecimento da categoria. Além disso, 72,7% declararam não conhecer o grupo Casa do Artesão, dado que reforça a carência de visibilidade pública e institucional da iniciativa. Essa falta de reconhecimento demonstra a importância de estratégias de comunicação e marketing social que aproximem os consumidores da produção artesanal local.

Por outro lado, observou-se um dado bastante positivo: 81,8% dos entrevistados afirmaram que recomendariam produtos feitos à mão, o que mostra uma predisposição favorável ao consumo consciente e à valorização de produtos manuais. Esses dados indicam que, embora ainda exista um déficit de reconhecimento e incentivo institucional, há um potencial expressivo de valorização, aprendizado e desenvolvimento cultural por meio da produção artesanal em Cajamar.

4.2 Entrevistas E Observação De Campo.

Durante a pesquisa de campo e a aplicação do questionário, o grupo realizou entrevistas com as artesãs Ana Beatriz Souza e Dalila, essas entrevistas foram fundamentais para compreender a realidade vivenciada pelos artesãos locais, suas conquistas, dificuldades, motivações e perspectivas em relação ao setor. Através de diálogos constitui-se que as feiras são o principal meio de divulgação e geração de

renda para os produtores, funcionando também como espaços de interação social, troca de experiências e fortalecimento da identidade cultural local.

Entretanto, foi possível observar a existência de problemas estruturais significativos, como a falta de barracas adequadas, a ausência de infraestrutura básica, a baixa visibilidade dos eventos e a escassez de apoio público ou institucional. As falas das entrevistadas também destacaram o papel transformador do artesanato, especialmente entre as mulheres, que encontram nessa atividade uma oportunidade de autonomia financeira, fortalecimento da autoestima e expressão pessoal. Muitas relataram que o trabalho artesanal vai além do aspecto econômico, representando também uma forma de resistência cultural e de preservação de saberes tradicionais.

As entrevistas, portanto, complementaram os dados obtidos por meio do questionário, oferecendo uma perspectiva mais humana, sensível e contextualizada sobre os desafios e as potencialidades do artesanato no município de Cajamar.

4.3 Métodos Práticos.

Como parte das ações práticas e sociais do projeto, foi desenvolvido um trabalho de divulgação e sensibilização dentro da escola, com foco na valorização do artesanato local. A iniciativa envolveu a criação, impressão e fixação de cartazes informativos em diferentes espaços da instituição, como corredores, salas de aula e murais. Os materiais destacavam a relevância do artesanato como expressão econômica, cultural e identitária, apresentando dados da pesquisa, imagens ilustrativas e mensagens de incentivo ao consumo de produtos confeccionados manualmente.

A proposta teve excelente recepção por parte da comunidade escolar, despertando o interesse e a curiosidade de alunos, professores e funcionários. Muitos se mostraram surpresos ao conhecer o grupo Casa do Artesão e manifestaram o desejo de aprofundar-se no tema. Assim, a ação contribuiu de forma significativa para a conscientização sobre a importância do trabalho manual e para o reconhecimento dos artesãos como agentes culturais fundamentais para o município.

FIGURA 1



Fonte: Autoria Própria (2025)

Essa experiência prática demonstrou o potencial do marketing social e cultural como instrumento de transformação comunitária, capaz de promover o consumo responsável e de fortalecer o sentimento de pertencimento à identidade cultural cajamarense.

4.4 Sugestões Futuras.

A realização do projeto possibilitou vivenciar de maneira concreta a relevância do engajamento social, da comunicação estratégica e do marketing cultural como ferramentas de promoção do desenvolvimento local. O contato direto com os artesãos evidenciou a necessidade de ampliar a visibilidade do trabalho artesanal e de fomentar políticas públicas voltadas ao fortalecimento desse setor. Essa vivência também

permitiu relacionar os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso com a realidade observada em campo, proporcionando uma compreensão mais crítica, empática e comprometida com o fortalecimento da cultura e da economia criativa.

Propondo dar continuidade ao projeto busca-se:

- realizar uma maior divulgação do perfil oficial no Instagram, destinado à divulgação dos trabalhos e eventos dos artesãos de Cajamar, fortalecendo sua presença digital e ampliando o alcance de seu público-alvo;

FIGURA 2 – PROPOSTA DE IDENTIDADE VISUAL NAS REDES SOCIAIS



Fonte: Autoria Própria

- Realizar palestras e exposições dentro da escola, aproximando alunos e professores da cultura artesanal e incentivando o aprendizado prático de técnicas manuais;
- Disponibilizar fácil acesso a guias informativo e a materiais educativos acerca do marketing digital simplificado;

FIGURA 3 - GUIA DE MARKETING



MARKETING DIGITAL: SUGESTÕES DE APLICABILIDADE PRÁTICAS PARA ENGAJAR AS REDES SOCIAIS.

MARKETING NO MEIO DIGITAL.

O mundo digital transformou-se em um palco variável, que possibilita a visibilidade de grupos, marcas e empresas em grande escala. A simples presença nas redes, contudo, não garante sucesso; são as ações estratégicas de marketing que o fazem. O segredo está em decifrar os algoritmos de cada plataforma, pois eles potencializam os resultados, transformando o alcance em engajamento real e garantindo um público mais amplo e interessado em seu conteúdo e produto. Dessa forma, as redes sociais se estabelecem como veículos de propagação rápida, alcançando públicos e segmentos específicos.



POR QUE A ESTRATÉGIA É UM DIFERENCIAL?

O ambiente digital atual é como uma vitrine de informações e em meio a uma sobrecarga de conteúdo, a estratégia torna-se crucial para obter destaque. Se você almeja que sua marca, grupo ou produto seja notado, é fundamental ir além da mera publicação. Posicionamento e estratégia são ferramentas do marketing digital, e devem ser uma base essencial para garantir não apenas a definição do seu público, mas também conexões duradouras, gerando valor e alcance de resultados efetivos em um cenário em que a atenção é o recurso mais escasso.

DICAS PRÁTICAS



Defina um posicionamento claro contendo seu desenvolvimento profissional, quem é seu público e quais são seus diferenciais.



Crie um cronograma de postagens semanais, isso fortalece a interação com o público criando vínculo e proximidade.



Utilize o recurso "Reels" do Instagram para criar vídeos criativos e curtos com dicas e curiosidades. Organize as postagens em carrosséis com legendas curtas, isso irá causar curiosidade e atenção visual.

ACESSE ESSE GUIA INFORMATIVO.



Fonte: Autoria Própria

- O estabelecimento de uma parceria entre a prefeitura de Cajamar e o grupo Casa do Artesão, com o objetivo de promover ações conjuntas de capacitação, empreendedorismo e valorização cultural, fortalecendo o artesanato como atividade econômica e elemento identitário do município.

Essas medidas visam não apenas dar continuidade ao trabalho iniciado, mas também consolidar um legado educativo e cultural que incentive o reconhecimento, a valorização e a sustentabilidade do artesanato local como parte essencial da cultura de Cajamar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho proporcionou uma análise ampla sobre a importância do artesanato como atividade econômica e sociocultural no município de Cajamar. Por meio de pesquisa bibliográfica, entrevista com artesãos locais do grupo Casa do Artesão e investigação de campo, foi possível compreender as múltiplas dimensões que envolvem o trabalho artesanal, desde suas raízes culturais até os desafios enfrentados atualmente.

Constatou-se que o artesanato é uma expressão genuína da economia criativa, capaz de unir tradição, cultura e geração de renda. No entanto, o setor ainda enfrenta desvalorização social e falta de apoio institucional, fatores que dificultam sua formalização, capacitação e promoção. A ausência de políticas públicas específicas reforça essa fragilidade e limita o crescimento econômico dos artesãos locais.

A partir desta pesquisa e de entrevistas realizadas, foi possível sugerir melhorias por meio de ferramentas estratégicas do marketing digital, visando aprimorar a visibilidade do grupo nas redes sociais. Para isso, utilizamos cartazes informativos divulgados por meio de formulários de pesquisa, além de uma reformulação no Instagram, com o objetivo de fortalecer a identidade visual, e do desenvolvimento de um guia básico que orienta, de forma simples, sobre como utilizar essas ferramentas e explica por que elas são importantes para alcançar maior visibilidade e destaque no ambiente digital. Contudo, almeja-se que este projeto contribua para a melhoria do marketing local no meio digital e sirva como orientação para mudanças futuras e melhorias.

REFERÊNCIAS

GODIN, Seth. **Isso é Marketing**. Rio de Janeiro, Brasil: Alta Books, 2019. 288 páginas.

SCHUMPETER, Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo, Brasil: Nova Cultural, 1977. 239 páginas.

REDAÇÃO, Sebrae. Artesãos aumentam procura por capacitação. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empresendedora/artesaos-aumentam-procura-por-capacitacao/>. Acesso em: 03 set. 2025

BERTULINO, Eduarda. O Artesanato como caminho sustentável. Disponível em: <https://imaginariobrasileiro.com.br/blogs/news/o-artesanato-como-caminho-sustentavel>. Acesso em:

BRASIL. Senado Federal. Economia criativa. Brasília: Senado Federal, 2012. Disponível em: <https://www.senado.gov.br/comissoes/CE/AP/2012/06/11/ClaudiaSousa.pdf>. Acesso em: 18 set. 2025

MOVIMENTO VERDADES SUSTENTÁVEIS. Artesanato sustentável: fonte de renda e solução para a gestão de resíduos. Disponível em: <https://www.verdadessustentaveis.com/artesanato-sustentavel-fonte-de-renda-e-solucao-para-a-gestao-de-residuos/> . Acesso em: 10 set. 2025.

WORLD CREATIVITY ORGANIZATION. Secretaria de Economia Criativa volta a ser política pública no Brasil. 2025. Disponível em: <https://worldcreativity.org/pt/secretaria-de-economia-criativa-volta-a-ser-politica-publica-no-brasil/>. Acesso em: 18 set. 2025.

ROMERO, Flávia Fiori; BALDUCII, João Paulo. “Você trabalha ou só faz artesanato?": a desvalorização do trabalho artesanal atravessando as questões de gênero. **TEXTURA** – Revista de Educação e Letras, v. 24, n. 59, 2022. Disponível em: Acesso em: 04 set. 2025.