

**TRADIÇÃO CONECTADA: e-commerce como caminho para o artesanato étnico
em São Sebastião.**

Guilherme da Silva Santos¹

Robatto Henrique da Silva Soares Correia²

Sabyne de Oliveira de Andrade³

Vander Wilson dos Santos⁴

Luciane Leal da Assunção⁵

Carla de França Pereira⁶

RESUMO: O artigo analisa o artesanato étnico como expressão cultural e econômica e sua inserção no mercado digital, tendo como foco o município de São Sebastião (SP). Mesmo diante da produção em massa, o artesanato mantém sua relevância como prática cultural, expressando identidade, criatividade e história dos artesãos. Cada peça carrega valores simbólicos que ultrapassam o aspecto material, configurando-se como resistência e preservação cultural. Na região, destacam-se influências indígenas, caiçaras e afrodescendentes, presentes nas produções locais. O estudo também aborda o impacto da pandemia da COVID-19, que impulsionou o uso de ferramentas digitais e marketplaces como alternativas de comercialização. Foram realizadas pesquisas qualitativas e exploratórias com visitas e entrevistas a artesãos da Vila dos Artesãos, do Mestre Nicinho e da tribo indígena Rio Silveiras, identificando desafios como a falta de apoio governamental, a dependência do turismo e a sazonalidade das vendas. Como proposta prática, o trabalho apresenta o desenvolvimento de um site de e-commerce baseado em princípios de neuromarketing, visando aprimorar a experiência do usuário e ampliar a visibilidade dos produtos. Assim, demonstra-se que a integração entre tradição e tecnologia pode fortalecer o reconhecimento do artesanato, preservar sua identidade cultural e expandir suas oportunidades no mercado digital.

Palavras-chave: Artesanato etnocultural; e-commerce; cultura; turismo.

ABSTRACT: The article analyzes ethnic handicrafts as a cultural and economic

¹ RM: 23085. Aluno regular do Marketing da Etec de São Sebastião (188) – E-mail: guilherme.santos1428@etec.sp.gov.br.

² RM: 23093. Aluno regular do Marketing da Etec de São Sebastião (188) – E-mail: robatto.correia@etec.sp.gov.br.

³ RM: 23251. Aluno regular do Marketing da Etec de São Sebastião (188) – E-mail: sabyne.andrade@etec.sp.gov.br.

⁴ Orientador(a); Professor Me. Vander Wilson dos Santos. Professor da Etec de São Sebastião – E-mail: vander.santos@etec.sp.gov.br.

⁵ Coorientador(a); Professor(a) Esp Luciane Leal da Assunção da Etec de São Sebastião – E-mail: luciane.assuncao@etec.sp.gov.br.

⁶ Coorientador(a); Professor(a) Esp Carla de França Pereira. da Etec de São Sebastião – E-mail: carla.pereira2@fatec.sp.gov.br.

expression and their insertion in the digital market, focusing on the municipality of São Sebastião (SP). Even in the face of mass production, handicrafts maintain their relevance as a cultural practice, expressing the identity, creativity, and history of artisans. Each piece carries symbolic values that go beyond the material aspect, representing cultural resistance and preservation. In the region, indigenous, caiçara, and Afro-descendant influences are prominent in local productions. The study also addresses the impact of the COVID-19 pandemic, which has driven the use of digital tools and marketplaces as marketing alternatives. Qualitative and exploratory research was conducted through visits and interviews with artisans from Vila dos Artesãos, Mestre Nicinho, and the Rio Silveiras indigenous tribe, identifying challenges such as lack of government support, dependence on tourism, and seasonality of sales. As a practical proposal, the study presents the development of an e-commerce website based on neuromarketing principles, aiming to improve the user experience and increase product visibility. Thus, it demonstrates that the integration of tradition and technology can strengthen the recognition of handicrafts, preserve their cultural identity, and expand their opportunities in the digital market. Translated with DeepL.com (free version)

Keywords: Ethnocultural crafts; e-commerce; culture; tourism.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo científico tem como objetivo analisar a essência do artesanato étnico e abordar suas funções nas respectivas culturas tratadas e na economia, investigando sua relevância na preservação da identidade local e as possibilidades de ampliação do comércio por meio da integração ao mercado digital. A pesquisa toma como referência o município de São Sebastião (SP), onde o artesanato representa uma importante forma de sustento e resistência cultural.

A escolha do tema está alinhada às metas estabelecidas pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente o ODS 8, que trata do trabalho decente e crescimento econômico, e o ODS 18 — adotado em iniciativas brasileiras e voltado à promoção da igualdade étnico-racial. Ainda que não integre oficialmente a Agenda 2030 da ONU, o ODS 18 tem sido amplamente utilizado em políticas e estudos nacionais, por reconhecer a relevância da inclusão social, cultural e econômica de povos historicamente marginalizados, como indígenas, quilombolas, caiçaras e afrodescendentes.

Nesse contexto, a pesquisa busca compreender de que forma os artesãos podem se adaptar às novas dinâmicas do mercado digital sem perder seus vínculos identitários e culturais. As mudanças sociais, políticas e econômicas decorrentes da pandemia da COVID-19 impulsionaram o e-commerce como ferramenta essencial

para a manutenção de diversas atividades comerciais, incluindo o artesanato etnocultural. Assim, investigar a integração entre tradição e modernidade torna-se fundamental para promover o desenvolvimento socioeconômico local, fortalecer identidades culturais e ampliar a visibilidade desses grupos.

Dado esse contexto, o estudo busca responder ao problema central da pesquisa: como o comércio eletrônico pode contribuir para a valorização, sustentabilidade e preservação do artesanato etnocultural na cidade de São Sebastião?

Devido ao *boom* do e-commerce ocasionado pelo distanciamento social em 2020, há a hipótese de que a inserção dos artesãos no ambiente digital pode ampliar suas oportunidades e fortalecer o reconhecimento de sua arte, desde que sejam adotadas estratégias de comunicação e design que respeitem os valores identitários de cada grupo.

Dessa forma, o objetivo geral deste texto é analisar de que forma o comércio eletrônico pode atuar como ferramenta de valorização, sustentabilidade e preservação do artesanato étnico em São Sebastião (SP). Sendo os objetivos específicos: identificar os principais desafios enfrentados pelos artesãos locais; investigar as mudanças no comportamento de consumo após a pandemia; avaliar como o marketing digital pode aproximar os consumidores da cultura artesanal; propor a criação de uma plataforma de e-commerce voltada ao artesanato étnico local.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Caracterização do Objeto de estudo

2.1.1 Arte na ponta dos dedos

Em uma realidade onde a produção em massa domina o mercado, o artesanato é uma prática que ainda resiste, trazendo consigo técnicas tradicionais que, mesmo sendo reinventadas, permanecem intrinsicamente conectadas com o passado.

Segundo o dicionário da língua portuguesa “Scottini” artesanato é definido como “o que é feito com trabalho manual, produção manual, a arte de compor obras com produtos reciclados ou em desuso”.

Trata-se da fusão entre criatividade e funcionalidade, em que o artesão produz manualmente um objeto que carrega a marca de seu criador.

Além da estética, o artesanato traz consigo outras utilidades, sejam práticas ou econômicas, já que possui forte ligação com o mercado e é constantemente utilizado

como forma de empreendedorismo.

Quadro 1 – Nomeclatura quanto ao processo de produção e criação

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

Fonte: Erika Silva dos Santos (2025, p.29)

O artesanato expressa a criatividade e o senso estético de seu criador, mas não se limita a isso: ele também carrega uma dimensão histórica e cultural, transmitida por linhagens étnicas que antecedem o artesanato.

A cultura está sempre enraizada em base territorial, proveniente da integração do homem para adequar-se às adversidades do local, construindo assim sua identidade. O exemplo dessa adaptação ao território destaca-se no modo de fazer dos utensílios, seus usos e costumes. A história do artesanato tem início no mundo com a própria história do homem, pois a necessidade de se produzir bens de utilidades e uso rotineiro, e até mesmo adornos, expressou a capacidade criativa e produtiva como forma de trabalho (Castilho, et al, 2007, p.192).

O artesanato surge com o homem, que modifica seu entorno e transforma a matéria-prima conforme suas necessidades. Ao longo da história, diversos povos confeccionaram objetos que hoje se tornam signos e formas de preservação material de suas culturas.

2.1.2 Artesanato étnico como expressão cultural

O artesanato adquire valor ao se apresentar como sinônimo de liberdade, incorporando a moralidade de seu criador e se distanciando do padrão que o mercado estabelece.

Isso interfere intrinsecamente na percepção que o mercado tem dessa produção, pois um sistema padronizado é incapaz de reproduzir as singularidades que o artesão, imerso em sua cultura, agrega à obra. Ao criar cada peça, o artesão imprime uma série de símbolos e expressa sua identidade territorial. Quando essa originalidade é perdida, a reprodução em massa reduz o valor simbólico da peça e compromete sua expressão de identidade cultural (MELLO, 2016).

Na região do Litoral Norte, três culturas prevalecem em decorrência de seu processo histórico de colonização: os indígenas, já estabelecidos no território; os

afrodescendentes — descendentes dos escravizados que aqui residiam forçadamente; e os caiçaras — grupo de formação mista que constrói seus ideais a partir das condições de convivência no meio em que se insere (SÃO SEBASTIÃO, 2008).

Esses três arquétipos culturais refletem suas criações em consonância com suas respectivas ideologias, conceito definido como

características mentais de um povo e forma como as pessoas se relacionam com seu ambiente e grupos sociais. Elas têm uma visão de mundo em comum que engloba ideias referentes a princípios de ordem e justiça (SOLOMON, 2016, p. 80).

Diante desse cenário, as previsões quanto ao futuro do artesanato parecem otimistas, diante da ideia de que o resgate às tradições e cultura local é uma tendência de mercado, como já apontou Mello ao afirmar quanto ao papel das culturas ancestrais diante da globalização.

Entretanto, as culturas locais vêm sendo valorizadas e a preocupação com relação ao resgate de técnicas e tradições passou a permear discussões em diversas áreas do conhecimento (MELLO et al., 2011, p. 107).

O papel do artesão nesse processo é transmitir o “ethos” de seu povo por meio das produções (SOLOMON, 2016). A esse conjunto de resultados artísticos atribui-se a terminologia Artesanato Étnico, entendido como aquele que carrega não apenas os princípios individuais de seu criador, mas também a conjunção de valores compartilhados pelo grupo social ao qual pertence.

No que se refere ao conceito de “valor”, adota-se a definição de Solomon (2016, p.80), que o relaciona às forças que regem os agentes do mercado (produtores e consumidores): “valor é uma crença de que uma condição é preferível à sua condição oposta”.

Nesse sentido:

O indivíduo, para ser realmente cidadão completo e digno, precisa ter valores, crenças, acreditar e segui-las, necessitando, por vezes, adaptar novos valores às novas condições historicamente construídas pela sociedade. Cabe, portanto, ao ser humano reconhecer o valor inerente a cada cultura, valorização, respeitabilidade e reconhecimento (SÃO SEBASTIÃO, 2008, p. 32).

Considerando o conjunto de preferências e, conseqüentemente, de valores de um grupo, aliado a aspectos como seu ambiente de convívio, observa-se que a cultura se renova continuamente, assumindo diferentes características. Tal processo influencia diretamente as produções, tornando plausível afirmar que a criação de um objeto também reflete a momentaneidade de seu artesão.

Tomando como princípio que a identidade cultural não é estática nem imutável,

mas sim um fenômeno em constante transformação e adaptação, entende-se que ela não possui fronteiras rígidas e delimitadas. Ao contrário, trata-se de um processo aberto à circulação e à troca de valores entre membros de diferentes grupos, refletindo as interações contínuas entre dimensões locais e globais (FEATHERSTONE, 1996). Compreende-se, portanto, o artesanato como uma expressão natural do corpo social, refletindo os aspectos que o constituem. A peça artesanal é, em essência, a manifestação da cultura de um grupo.

2.1.3 E-commerce e novas oportunidades de mercado

A fim de compreender como aqueles que vivem de comercializar a sua produção artística e etnocultural – unicamente em um ponto de venda físico e de maneira tradicional – possam resgatar e permanecer com a sua dignidade e seu sustento de modo adicional, por meio da implementação desses vendedores ao mercado digital. É preciso indicar os motivos dessa tendência que tem elevado o número de empresas no mercado, é uma salvação para esses vendedores, pois sentem na pele a dificuldade pela falta de valorização institucional e social – ao serem ingressados a esse ramo.

Antes da pandemia da COVID-19, o uso da tecnologia digital como ferramenta suplementar de estratégias de *marketing* e inovação de mercado a fim de realizar aquisições e vendas de produtos e serviços, era uma prática utilizada por comerciantes que já estava previamente sendo estudada e teorizada por acadêmicos. Entretanto, o formato e a frequência de como esse meio era aplicado pelas empresas a fim de engajar seus clientes e *leads* não era de maneira popular e inclusiva como no período durante e pós-crise sanitária global.

Em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a COVID-19 como uma ameaça à saúde pública, uma pandemia. Desde então, o mundo não tem sido o mesmo. Tanto a maneira como as pessoas se relacionam em sociedade, como quanto ao funcionamento de empresas e do mercado, acabaram mudando para sempre – novas condutas sociais e mercadológicas tiveram de ser adotadas ao redor do mundo devido a necessidade do isolamento social. Então, as empresas tiveram que se adaptar de forma repentina com o novo meio de vida e os novos hábitos de seus clientes e consumidores, nesse cenário, a impossibilidade e/ou dificuldade de adquirir produtos da mesma maneira como se fossem comprados fisicamente.

A COVI-19 se tornou na verdade, um coeficiente de aceleração, do que muito já se vinha alertando aos gestores, principalmente no que se refere ao conhecimento do comportamento das pessoas ao consumir produtos e serviços. Muitos resistentes até então, perceberam que precisam reinventar seus modelos de negócio atentando às novas demandas, em especial ao que se refere ao mundo digital. (ALMEIDA; FROEMMING; CERETTA, 2020)

Muitas empresas tiveram que ser integradas ao meio digital, mas isso não significa que tenham abandonado a sua presença física, e sim apenas que tivessem uma maior adaptação ao cenário da época (ALMEIDA; FROEMMING; CERETTA, 2020).

Desde então, é mais recorrente que as marcas tenham apresentado mudanças em seu posicionamento de mercado, e em como realizar a comunicação com o cliente, a fim de atingir as novas expectativas do mercado (FRADE et al., 2021). Isso tem aproximado mais os clientes com as marcas, fazendo com que realmente existisse uma relação mais humana entre ambos.

Avançando para 3 anos após a declaração de fim da Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional pela COVID-19, agora, é possível observar como o e-commerce impactou a vida da população brasileira. Segundo dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), em 2019, o faturamento anual gerado pelo e-commerce movimentou cerca de 90 bilhões de reais na economia; e em 2022, no ano onde a declaração anteriormente mencionada foi elaborada, o faturamento chegou próximo à 170 bilhões de reais. Isso indica um aumento de quase o dobro do faturado em 2019. E em 2024, segundo dados de órgãos ligados ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), o comércio digital movimentou 225 bilhões de reais, um aumento de 225%.

2.1.4 Conexão entre tradição e modernidade

A obra *Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital* inaugura uma nova era para os estudos de mercado, marcada pela transição do comércio tradicional para o ambiente virtual, impulsionada pelo fácil acesso remoto e pelo amplo alcance proporcionado pelas tecnologias digitais. Com o avanço tecnológico, o empreendedorismo passou a se reinventar, utilizando-se do cenário digital para alcançar um público mais amplo e superar as limitações geográficas anteriormente impostas (SEBRAE, 2023; PINTO et al., 2023; ABRÃO JUNIOR, 2024, apud OLIVEIRA, 2025).

O estudo de Lopes, Silva e Júnior (2025) tem como discussão central a reinvenção dos artesãos diante das mudanças, destacando que esse grupo sempre esteve presente na história do povo brasileiro e, ao longo do tempo, precisou adaptar-

se às transformações do mercado. Tal perspectiva reforça a proposta de que há espaço para novas formas de renovação no âmbito do artesanato, bem como para a incorporação de ferramentas que possam atuar como aliadas nesse processo.

A aliança entre valores culturais, estratégias de mercado contemporâneas e tecnologia é perceptível em trabalhos como o idealizado por Santos (2025), ao propor uma pesquisa exploratória voltada ao estabelecimento de diretrizes quanto à aplicação de uma tendência mercadológica – a Gestão de Design – preservando o aspecto cultural que permeia cada obra.

Assim como a Gastronomia, o Design, as Artes, a Música e o Cinema, o Artesanato impulsiona a Economia Criativa impactando na cultura, identidade, diversidade e no turismo de cidades (principalmente nas áreas urbanas e nos centros). Esse impacto promove lucro, vendas, comércio e surgimento de novos negócios oriundos dos artefatos produzidos em todos os pilares citados conforme aponta Santos (2025).

Segundo Santos (2025), o mercado de artesanato impulsiona a economia, primordialmente no setor do turismo. Dessa forma, cabe aos poderes públicos oferecer ferramentas e embasamento que garantam a existência digna dessa indústria, assegurando, acima de tudo, o cumprimento das normas estabelecidas para a introdução de novas práticas, sem invalidar o principal fator de destaque no artesanato étnico: a cultura. Para essa preservação, torna-se essencial a definição de diretrizes, tal como o autor propõe em relação ao design aplicado de forma consciente.

Assim, é possível conciliar inovação e autenticidade cultural, desde que sejam estabelecidas orientações capazes de nortear as decisões sem comprometer a identidade da obra.

2.2 Materiais e métodos

A pesquisa adotou inicialmente uma abordagem bibliográfica, com o objetivo de analisar e sistematizar informações disponíveis na literatura sobre o tema investigado. Foram consultadas fontes acadêmicas como livros, artigos e outros trabalhos acadêmicos, selecionadas com base em sua relevância, atualidade e credibilidade, com foco na profundidade da pesquisa.

A fim de consolidar nossos estudos e compreender de forma mais aprofundada as dificuldades que afetam os comerciantes dentro do mercado de artesanato em São Sebastião, desenvolvemos uma pesquisa de caráter qualitativo e exploratório. O

objetivo principal foi identificar os principais desafios enfrentados pelos artesãos locais, como acesso a materiais, apoio e valorização de suas produções, bem como compreender suas estratégias de permanência e adaptação no mercado.

A abordagem qualitativa foi escolhida por permitir uma compreensão mais sensível e detalhada das vivências, experiências e percepções dos entrevistados. Já a pesquisa exploratória possibilitou o contato direto com diferentes realidades do artesanato na cidade. Entre os locais visitados, destacam-se a Vila do Artesão, a tribo indígena do Rio Silveiras, a feira de artesanato no bairro de Maresias e a loja de artesanatos do Mestre Nicinho, localizada no bairro de Barequeçaba, cada um representando uma vertente distinta da produção artesanal local.

As entrevistas seguiram um modelo semiestruturado, com base em um roteiro previamente elaborado, mas que oferecia liberdade para que os participantes expressassem livremente suas experiências, opiniões e sugestões. No total, foram entrevistados cinco artesãos na Vila dos Artesãos, localizada na Rua da Praia, cujos relatos trouxeram contribuições valiosas para a compreensão da realidade do setor.

Com o objetivo de mitigar a problemática abordada neste artigo, o grupo propõe a criação de um site de e-commerce voltado aos comerciantes de artesanato étnico da cidade de São Sebastião. O protótipo inicial foi desenvolvido na plataforma Canva, enquanto o segundo modelo, apresentado à banca, foi programado em parceria com a estudante de Desenvolvimento de Sistemas, Rayssa Cristina Salgado de Lima.

Como diferencial da plataforma, foram aplicados princípios de Neuromarketing, com ênfase nas ideias do autor Rian Dutra, em sua obra *Enviesados* (2024), que discorre de forma detalhada sobre como a psicologia pode ser aplicada ao design de experiência.

2.3 Resultados e discussões

O trabalho artesanal em São Sebastião se desenvolve em um cenário marcado por desafios estruturais e conjunturais. Entre os pontos mais recorrentes, destacam-se a dificuldade de acesso a grandes mercados consumidores, a dependência quase inevitável do turismo e das feiras locais, bem como a baixa valorização do artesanato em comparação com produtos industrializados. Esses fatores, somados às oscilações sazonais da economia local, criam um ambiente no qual o talento e a dedicação precisam conviver com a instabilidade e a necessidade de adaptação constante.

Em meio de compreender as adversidades enfrentadas pelos artesãos de São Sebastião que nesta cidade residem, foram entrevistados os artesãos localizados na Rua da Praia municipal, a fim de consolidar nosso estudo bibliográfico e estabelecer algumas “normas” como temas centrais por meio dos pontos relatados por eles.

Dentre as dezenas de artífices que comercializam na Rua da Praia, tivemos mais contato com Bruno e Ronaldo. Tanto um como o outro estão há bastante tempo nesse ramo de atividade, Ronaldo tendo trabalhado com arte de modelar ao longo de sua vida enquanto maior parte dela e Bruno também trabalhando com a arte do artesanato por desde um longo período, sendo influenciado por ter sido a sua principal forma de sustento quando ainda trabalhava com sua família.

Bruno Figueiredo Scandiussi (04/12/2025) nos relata a sua experiência

- É observado que o movimento do setor é impulsionado sobretudo pelos visitantes, enquanto os moradores tendem a consumir menos produtos feitos à mão. Essa dinâmica, embora garanta certo fôlego durante a alta temporada, torna o mercado frágil em períodos de baixa. Durante a pandemia, precisamos buscar alternativas para manter o sustento, realizando pequenos trabalhos na construção civil. Mesmo após o retorno das atividades, a recuperação foi lenta e, quando o cenário começava a se estabilizar, o desastre ocorrido no Carnaval afetou o turismo e trouxe novas dificuldades para quem depende dele.

Ronaldo Florêncio de Oliveira (04/12/2025), por sua vez, diversifica suas atividades para manter a renda:

- Além do artesanato, dedica-se à restauração e preservação de arte sacra e a trabalhos de comunicação visual, como o grafite. Diante da imprevisibilidade do setor, é importante que as secretarias de cultura estabeleçam/desenvolvam políticas de incentivo mais consistentes, capazes de atenuar os impactos das variações sazonais.

Seguindo ainda com os relatos de Sr. Ronaldo Florêncio de Oliveira (04/12/2025)

- A escassez de feriados prolongados pode representar uma queda significativa nas vendas, já que o turismo, principal motor da economia criativa local, concentra-se em datas festivas e na alta temporada. Durante o inverno, quando o fluxo de visitantes é menor, muitos artesãos precisam recorrer a outras fontes de renda. Apesar das dificuldades, há a importância de manter a esperança e investir em qualificação, de modo a atender melhor tanto o turista quanto o morador local. Recordando a pandemia, o confinamento paralisou totalmente as vendas; alguns colegas receberam auxílio municipal, mas o processo de retomada foi gradual e exigiu resiliência. Embora existam iniciativas governamentais para apoiar o setor, na prática esse suporte ainda não acompanha as demandas reais, sobretudo após a tragédia recente que comprometeu o turismo e reduziu as oportunidades de comercialização.

Em setembro, realizamos uma visita ao artesão Lindomar dos Santos, Nicinho, nome pelo qual é amplamente conhecido tanto na região quanto no cenário nacional,

proprietário de uma loja em Barequeçaba. Nesse primeiro momento, ele não autorizou a gravação da entrevista formal, permitindo apenas uma conversa informal. Mesmo assim, os relatos compartilhados foram extremamente ricos e úteis para aprofundarmos nossa compreensão sobre a vida do caiçara e sua relação com o artesanato.

Nicinho atua no ramo desde a década de 1970, influenciado por seu pai, produzindo peças artesanais feitas à mão, com base em madeira e tinta. Seu estilo é marcado por elementos tradicionais caiçaras e memórias locais, destacando a identidade cultural da região. O contato foi breve e menos técnico, não tivemos muitas aberturas para explorar detalhadamente os processos de produção, mas foi marcado por narrativas e histórias de vida que contribuíram significativamente para o estudo.

Em outubro, fomos ao bairro de Boracéia visitar a aldeia localizada nas margens do Rio Silveiras e conversar com o Cacique Adolfo Timóteo Wera Mirim para entender como o artesanato étnico envolve a economia daquela pequena região e desse grupo étnico. Ele explicou-nos que a aldeia vive principalmente do turismo e da venda de artesanato, organizando grupos de visita por meio de agendamentos e divulgação nas redes sociais. O território conta com cinco aldeamentos, e cada um recebe visitantes interessados não só em comprar artesanato, mas também em descansar, conhecer a cultura local, provar a comida tradicional e, em alguns casos, buscar cura espiritual e contato com a natureza.

- A aldeia foi formada oficialmente na década de 1940, destaca que os povos originários já habitavam essas terras muito antes da colonização. Critico ainda, as consequências históricas do avanço dos colonizadores, que resultaram na expulsão, extermínio e deslocamento de muitos grupos indígenas, bem como a importância da demarcação e regulamentação das terras para garantir o direito coletivo garantido em lei (Cacique Adolfo, data da entrevista).

Ao comentar o marco temporal, ele questiona a lógica de exigir a presença indígena comprovada em 1988, já que essas populações existiam nos territórios muito antes da Constituição. Para ele, tal medida é injusta e ignora a continuidade histórica dos povos originários.

O cacique também reflete sobre os desafios contemporâneos, “viver na cultura tradicional é importante, mas é preciso acompanhar a evolução social e tecnológica para não serem vistos como incapazes”. Ele aponta que muitos indígenas ainda têm baixa escolaridade, especialmente entre os que vivem isolados nas aldeias, e defende o acesso à educação como forma de autonomia e fortalecimento cultural.

Além disso, aborda as dificuldades enfrentadas por indígenas que vivem nas cidades — onde tudo precisa ser pago — e ressalta que, sem formação ou profissão, a vida urbana se torna inviável, fazendo com que a comunidade prefira permanecer nas aldeias.

O artesanato, segundo ele, é mais do que uma forma de sustento, “é um elo com a cultura, uma expressão dos saberes e da espiritualidade do povo. Por meio dele, transmitem mensagens sobre a relação com a natureza e conscientizam visitantes e estudantes sobre a importância da preservação ambiental”. Para o entrevistado, quem desconhece sua tradição cultural perde sua identidade — e é essencial que o próprio indígena aprenda, pratique e valorize sua língua e seus costumes para afirmar quem é e de onde veio.

Além da análise qualitativa realizada com os artesãos, os resultados também incluem a etapa de desenvolvimento e validação inicial da plataforma de e-commerce proposta. A versão funcional, hospedada em ambiente online, pode ser acessada em: <https://ecommercecaicara.infinityfree.me>. A disponibilização pública do protótipo permitiu observar, de forma prévia, como a navegação, a estética e a organização dos produtos influenciam a experiência do usuário — elementos fundamentais dentro da abordagem de neuromarketing adotada no projeto. Essa aplicação prática reforça a viabilidade da integração entre tradição e tecnologia, demonstrando que a digitalização pode ampliar o alcance comercial dos artesãos sem comprometer os valores culturais que fundamentam suas produções.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista o estudo analítico apresentado neste artigo, é possível afirmar que a apreciação do artesanato vai além do critério artístico. Trata-se de um instrumento de preservação da memória coletiva e da história de um povo, além de representar um importante mercado colaborativo para o desenvolvimento socioeconômico do município de São Sebastião. Ao longo da análise de diversos autores, foi possível compreender o diferencial do artesanato étnico em relação à produção em massa: cada peça resgata aspectos culturais dos povos que, há séculos, residem nessa região, onde constituíram suas famílias, escreveram sua história, professaram sua fé, estabeleceram seus ritos, formaram suas ideologias e, cotidianamente, mantêm viva sua identidade. O artesanato, portanto, torna-se uma

narrativa material, unindo “arte” (elementos implícitos, subjetivos e simbólicos) ao “ato” (função, utilidade e aplicação). Assim, cada peça é, simultaneamente, objeto funcional e veículo de expressão cultural, transmitindo os valores e as ideias de seu criador.

Por conseguinte, alinhado à proposta deste artigo — compreender se a migração para o ambiente virtual corrobora com a expansão do mercado de artesanato étnico da cidade de São Sebastião —, constatou-se que o e-commerce se apresenta como uma alternativa viável para a ampliação das vendas. Trata-se de uma ferramenta em ascensão, especialmente no período pós-pandemia, quando houve uma aceleração significativa da adesão dos consumidores às compras online. Esse formato contribui para o aumento da visibilidade do trabalho dos artesãos e, consequentemente, auxilia na mitigação da principal dificuldade apontada nas entrevistas e depoimentos coletados: a forte dependência da sazonalidade das vendas, condicionadas aos períodos de maior atividade turística, quando os visitantes têm contato direto com os produtos e com seus produtores.

Dessa forma, percebe-se que a adaptação dos formatos de comercialização é urgente, conforme evidenciado pelos dados relativos aos impactos dos recentes desastres naturais na região, bem como pelas sequelas deixadas pela pandemia da COVID-19. Tais eventos reforçaram a fragilidade do sistema mercantil tradicional, baseado exclusivamente na presença física e na dependência do turismo local, demonstrando a necessidade de integração entre tradição, tecnologia e inovação.

À luz dos objetivos específicos estabelecidos como referenciais deste estudo, compreende-se que foram devidamente contemplados. A pesquisa científica permitiu identificar os principais desafios e fragilidades do mercado artesanal local, por meio de entrevistas e análise qualitativa, ao mesmo tempo em que apresentou uma proposta prática de solução parcial para a problemática levantada. No entanto, entende-se que este trabalho representa apenas a inauguração de uma discussão que exige maior aprofundamento, sobretudo em relação aos aspectos sociais, culturais, mercadológicos e tecnológicos do artesanato étnico.

Este estudo abre precedentes para a ampliação do debate na região e espera-se que a ousadia na escolha do tema inspire outros acadêmicos a voltarem seu olhar para esse grupo historicamente invisibilizado, utilizando o conhecimento científico como instrumento de valorização e melhoria da qualidade de vida desses trabalhadores. Do mesmo modo, reforça-se que cabe também ao poder público

assumir seu papel na promoção de políticas que incentivem pesquisas, inovação e estratégias de desenvolvimento, em parceria com instituições acadêmicas e culturais.

Recomenda-se a continuidade deste projeto com a expansão do estudo para níveis intermunicipais e estaduais, permitindo a comparação entre diferentes realidades e a compreensão das particularidades de outros grupos de artesãos. Com o apoio da Prefeitura Municipal de São Sebastião — por meio da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, associada à Fundação Educacional e Cultural de São Sebastião (FUNDASS) —, torna-se possível viabilizar financeiramente a implementação da plataforma proposta e transformar positivamente a realidade daqueles que dependem do artesanato.

Conclui-se, portanto, que inovação e tradição não são conceitos opostos, mas complementares e essenciais para a preservação cultural. Quando utilizadas com responsabilidade e respeito, as ferramentas tecnológicas tornam-se pontes entre passado e futuro, promovendo reconhecimento, identidade, cidadania e dignidade aos artistas que fazem do artesanato mais do que um produto: fazem dele uma expressão viva de cultura e pertencimento.

REFERÊNCIAS

ABRÃO JUNIOR, Ali Antonio. Empreendedorismo digital: um estudo sobre o uso da tecnologia como geração de negócios. **Revista Alomorfia**, v. 8, n. 1, p. 46–57, 2024. Disponível em: <https://www.alomorfia.com.br/index.php/alomorfia/article/view/241>. Acesso em: 08 set. 2025.

BECKER, M. R. Confluências entre turismo, cultura e artesanato. **Desafio Online**, Campo Grande, v. 5, n. 1, art. 4, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/3238>. Acesso em: 15 ago. 2025.

BEZERRA, Fabiana Correia. **Memória da tradição e modernidade do artesanato em Juazeiro do Norte: a contribuição da economia criativa para o desenvolvimento regional sustentável na Associação Engenho do Lixo**. 2014. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional Sustentável) – Universidade Federal do Ceará, Campus Cariri, Juazeiro do Norte. Disponível em: <https://proder.ufca.edu.br/wp-content/uploads/sites/19/2024/05/DISSERTACAO-FINAL-FABIANA-CORREIA.pdf> Acesso em: 24 maio 2025.

BRASIL. Agência GOV. **Pós-pandemia, e-commerce de pequenas e médias empresas se mantém e cresce 1.200%. 2025**. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202506/vendas-de-pequenas-empresas-pela-internet-crescem-1-200-desde-a-pandemia-mostra-painel-do-mdic>. Acesso em: 17 out. 2025.

BRASIL. Governo Federal. Ministério da Saúde. **Ministério da Saúde declara fim da Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional pela Covid-19**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2022/abril/ministerio-da-saude-declara-fim-da-emergencia-em-saude-publica-de-importancia-nacional-pela-covid-19>. Acesso em: 17 out. 2025.

CASTILHO, Maria Augusta; DORSA, Arlinda Cantero; SANTOS, Maria Christina Lima Félix; OLIVEIRA, Monizzi Mábile Garcia. Artesanato e saberes locais no contexto do desenvolvimento local. **Interações**, Campo Grande, v. 18, n. 3, p. 191–202, 2017. Acesso em: 27 jul. 2025.

CAZELLA, Ademir A.; BONNAL, Philippe; MALUF, Renato S.. AGRICULTURA FAMILIAR: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil. **UFPEL**, 2009. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/consagro/files/2011/08/CAZELLA-BONNAL-MALUF-Agricultura-Familiar-Multifuncionalidade.pdf>. Acesso em: 10 set. 2025.

FEATHERSTONE, M. **Localismo, globalismo e identidade cultural**. Sociedade e Estado, Brasília, v. 11, n. 1, p. 9–33, jan./jun. 1996. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/44086>. Acesso em: 24 maio 2025.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. Disponível em: <https://dlivros.com/livro/pedagogia-oprimido-paulo-freire>. Acesso em: 02 jun. 2025.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. Disponível em: <https://leiaarqueologia.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/02/kupdf-com-identidade-cultural-na-pos-modernidade-stuart-hallpdf.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2025.

LOPES, Guilherme Fernandes; SILVA, Nathalia Garces Furtado da; ABRÃO JUNIOR, Ali Antonio. **Empreendedorismo artesanal na era digital: um estudo de caso na empresa Aromas do Condado**. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Estadual do Piauí, Teresina, 2025. Disponível em: https://revista.fateczl.edu.br/index.php/engetec_revista/article/view/255. Acesso em: 11 jun. 2025.

MELLO, C. I. de. **Território feito à mão: artesanato e identidade territorial no Rio Grande do Sul**. 2016. Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016. Disponível em: https://revista.fateczl.edu.br/index.php/engetec_revista/article/view/255. Acesso em: 19 nov. 2025.

MELLO, C. I. de; FROEHLICH, J. M. Território feito à mão: o artesanato como expressão identitária em comunidades remanescentes quilombolas. **Tessituras – Revista de Antropologia e Arqueologia**, Pelotas, v. 10, n. 2, p. 74–92, jul./dez. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/tessituras/article/view/22549>. Acesso em: 30 out. 2025.

MELLO, C. I. de et al. Projeto design social: geração de renda e resgate cultural através do design associado ao artesanato. **Inclusão Social**, Brasília, v. 5, n. 1, 2011. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/100347>. Acesso em: 28 set. 2025.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Histórico da emergência internacional de COVID-19**. 2025. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/historico-da-emergencia-internacional-covid-19>. Acesso em: 05 maio 2025.

PINTO, A. R.; MARTENS, C. D. P.; SCAZZIOTA, V. V. Empreendedorismo digital em organizações: revisão integrativa da literatura e proposição de elementos de análise sob a ótica das capacidades dinâmicas. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 29, n. 3, p. 627–660, 2023. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/135273>. Acesso em: 26 maio 2025.

REGINA CONCEIÇÃO DE ALMEIDA, Márcia; MARLENE SEIDE FROEMMING, Lurdes; BEATRIZ NUNES CERETTA, Simone. Comportamento de consumo em meio à pandemia da COVID-19. **Salão do Conhecimento**, [s.l.], v. 6, n. 6, 2020. Disponível em: <https://www.publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/18481>. Acesso em: 21 abr. 2025.

SANTOS, Erik Silva dos. **As contribuições do design sobre o artesanato: diretrizes sobre o equilíbrio entre o tradicional e o contemporâneo**. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/265533>>. Acesso em: 30 nov. 2025.

SÃO SEBASTIÃO (SP). Prefeitura Municipal. Secretaria da Educação. Departamento Pedagógico. **São Sebastião: história e geografia** São Sebastião: Prefeitura Municipal, 2008. Acesso em: 19 ago. 2025.

SCOTTINI, Alfredo. **Scottini: dicionário escolar da língua portuguesa**. Osasco, SP: Todolivre, 2017. Acesso em: 15 set. 2025.

SEBRAE. **Empreendedorismo digital**. Brasília: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/empreendedorismo-digital-o-que-e-e-quais-as-possibilidades,f8190393d924a810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 26 set. 2025.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2016. Acesso em: 22 ago. 2025.