

Visibilidade do ofício das paneleiras de Goiabeiras: realidades, desafios e tendências

RESUMO

Este artigo enfatiza o ofício das mulheres artesãs da Associação das Paneleiras de Goiabeiras. O objetivo da pesquisa é avaliar a satisfação dos turistas, compradores de painéis e produtos de barro, em relação à qualidade do atendimento realizado pelas artesãs no galpão da associação das Paneleiras do bairro Goiabeiras, no município de Vitória, Espírito Santo. A metodologia deste estudo possui caráter descritivo e qualitativo, a partir de uma readaptação da abordagem teórico-metodológica Servqual. Os resultados obtidos sugerem que os atributos da qualidade em serviços são delineados primordialmente pelas facetas empáticas e tangíveis. Ao final, são discutidas as implicações socioculturais, mercadológica e acadêmica dos resultados obtidos com esse território multifatorial de contrastes, patrimônio imaterial do Estado do Espírito Santo registrado pelo Iphan.

PALAVRAS-CHAVE: Artesanato. Qualidade de serviços. Servqual. Patrimônio imaterial.

Marcelo Calderari Miguel
Universidade Federal do Espírito Santo

Rogério Zanon da Silveira
Universidade Federal do Espírito Santo

Rosa da Penha Ferreira da Costa
Universidade Federal do Espírito Santo

Vitorino Fontenele Freire
Universidade Federal do Espírito Santo

1 AS PANELEIRAS DE GOIABEIRAS, ÍCONE DA IDENTIDADE LOCAL

O artesanato raramente é evocado como referência para se pensar a respeito das organizações, mas a produção artesanal além de ser um bem cultural se insere de forma adequada à lógica mercadológica e de marketing, propiciando inclusive que o serviço prestado e os bens produzidos sejam submetidos à abordagem teórico-metodológica Servqual (FIGUEIREDO; MARQUESAN, 2014). A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) acolhem a aceitação de que produtos artesanais são peças confeccionados por artesãos, totalmente à mão, ou com a utilização de ferramentas e tendo fiel aporte do artesão durante a substancial constituição de um produto acabado (Machado, 2016).

O presente estudo busca adentrar nas discussões em torno do Ofício das Paneleiras de Goiabeiras e a atuação das mulheres num eminente *locus* do Patrimônio Cultural Imaterial de uma comunidade local, ou seja, o bairro de Goiabeiras – do município de Vitória (ES). O ofício das ‘Paneleiras de Goiabeiras’ é “uma prática cultural desenvolvida por artesãos que fabricam panelas de barro pretas” (CARVALHO; SOUZA, 2014, p. 1186). O trabalho artesanal na sociedade contemporânea é um fenômeno sociocultural e econômico. Em geral, o artesanato se configura como uma “atividade produtiva de valor social, cultural e econômico exercida de forma informal por grupos espalhados por todo o Brasil e pela América Latina, grupos marcados por relações de família e de vizinhança” (KELLER, 2014, p. 326).

Assim, este trabalho buscou avaliar a qualidade dos serviços prestados a partir da expectativa e percepção dos turistas no que tange ao atendimento realizado pelas mulheres que atuam no galpão da Associação das Paneleiras de Goiabeiras, a partir da abordagem Servqual. E, portanto, o modelo Servqual, segundo Nishizawa (2014) compreende uma técnica de pesquisa comercial que permite medir a qualidade do serviço, conhecer as expectativas dos clientes e como eles apreciam o serviço.

O critério para seleção da comunidade pesquisada levou em conta a representatividade dessa região e a disponibilidade das artesãs como situação *sine qua non* para ações em torno do valor turístico e mercadológico da produção das Paneleiras de goiabeiras. A atividade turística existente no Estado do Espírito Santo necessita ser mais bem compreendida e analisada por diversos atores dessa territorialidade. Ao dirigirmos o olhar para a árdua empreitada das mulheres artesãs e sua atuação no Galpão da Associação das Paneleiras de Goiabeiras (GAPG), levamos em conta três esferas para análise:

a) científica: visa contribuir como mais uma fonte de conhecimento sobre a qualidade do atendimento e o processo criativo feminino na região estudada;

b) acadêmica: amplia o entendimento sobre o processo de desenvolvimento de serviços, articulada a extensão universitária na apreciação de um potencial artístico, turístico, comercial e transformador que vincula a artesã-paneleira-empREENDEDORA-mulher;

c) social: a tomada de decisão com base nos resultados obtidos pode desencadear ações (governamentais, comunitárias, terceiro setor, entre outros) para a visibilidade da produção artística e social das mulheres, bem como, premiar a gestão e inovação que o ofício artesão impregna.

Com o presente diagnóstico, esperamos contribuir para a visibilidade do fazer cerâmico no município estudado e esforçar o olhar sobre a questão do desenvolvimento sustentável e a força identitária de um ofício e que transforma o galpão das Panelleiras de Goiabeiras, em Vitória, num lugar mais aprazível e atrativo - num verdadeiro chamariz para o turismo interno. Em resumo, o “ofício das Panelleiras de Goiabeiras, bairro da Capital do Espírito Santo (ES), Vitória, consiste na fabricação artesanal de painéis de barro” (SILVA; MIOTTO, 2015, p. 49).

O modo de fazer painéis de barro pelas Panelleiras de Goiabeiras é centenário, artesanal, originalmente passado de mãe para filha e foi registrado como patrimônio cultural nacional em 2002 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Diante do exposto percebe-se que o ‘fazer’ dessa comunidade das Panelleiras de Goiabeiras apresenta várias conexões (BRANDÃO, 2014; CARVALHO; SOUZA, 2014), algumas delas serão delineadas a seguir.

2 A ARTE DE FAZER A PAINEL DE BARRO E O ESPAÇO DE PRODUÇÃO COMO VITRINE DO OFÍCIO

O Galpão da Associação das Panelleiras é um espaço de produção das painéis de barro e encontra-se no bairro Goiabeiras, parte insular do município de Vitória, junto ao Manguezal de Goiabeiras, próximo à Universidade Federal do Espírito Santo. Entretanto, o território simbólico de atuação/morada/produção das Panelleiras extrapola o atual bairro de Goiabeiras; engloba locais significativos (Goiabeiras Velha) para determinação do ato de fazer painéis de barro, e a zona (Vale do Mulembá e Manguezal) de extração de matéria prima (DIAS, 2006).

Figura 1 – Galpão da Associação das Panelleiras de Goiabeiras



Fonte: arquivo pessoal, Vitória/ES, 2016.

Como resultado de suas reivindicações, as Panelleiras conseguiram a construção (1988) do galpão e constituíram a Associação das Panelleiras de

Goiabeiras (APG), conquistando assim maior visibilidade turística e comercial, passando a ser um verdadeiro ícone da cultura do Estado do Espírito Santo (MARQUES; CALOTI, 2013).

O galpão foi a primeira conquista da Associação e a partir daí outras mulheres se interessaram em ser Paneleiras. Esse espaço salvaguarda o ofício das Paneleiras de Goiabeiras no sentido que apoia sua continuidade do ofício de modo sustentável, assim atuar no sentido da melhoria das condições sociais e materiais de transmissão e reprodução que possibilitam sua existência (BRANDÃO, 2014).

Portanto, de um lado a atividade artesanal se configura pela demanda de um público consumidor, de tal forma que o galpão sinaliza vestígios de uma produção cerceada pelo tônus comercial; de outro, a configuração do ofício no espaço do galpão mostra que as informações e conhecimentos são gerados dentro de um contexto de vida e de interesse da comunidade em expor a sua arte (NICOLE *et al.*, 2012; MARQUES; CALOTI, 2013).

O Galpão da Associação das Paneleiras de Goiabeiras (GAPG) é a sede da Associação e o lugar onde a maioria das artesãs produzem e comercializam as painéis de barro – e parte dessa história está assinalada na ilustração a seguir (Quadro 1). Assim, convém destacar que o galpão com cerca de 432m² abriga a produção das painéis e demais peças. Portanto, o GAPG é “organizado, sobretudo, para comportar os processos que envolvem a modelagem, a secagem e o polimento das peças” (SILVA, 2018, p. 138).

Quadro 1 – Histórico do galpão da Associação das Paneleiras de Vitória

| Cronologia | Acontecimento / Realizações - Características - Observações | | |
|------------|--|--|---|
| 1987 | Criação da Associação. | Cinco membros | Reivindicação de galpão |
| 1988 | Criação do galpão (I) em terreno da Marinha às margens do mangue | Estabelecimento de 12 estandes inaugurados | Problemas de lama na porta (subida da maré) |
| 1991 | Galpão (II) reformado pela Prefeitura (PMV), que na mesma ocasião optou por ampliação | Aumento da área de aterro | Legalização do terreno |
| 2011 | Novo Galpão (III) entregue à APG pela Prefeitura sobre terreno de marinha, pertencente à União. A edificação tem formalmente como responsável a APG. | Estética contemporânea, 32 estandes de vendas. Galpão é um grande pavilhão de estrutura metálica modular. | Execução da obra pela empresa Atlas Engenharia e Incorporações Ltda |
| 2018 | Obra de drenagem, benfeitoria na área de armazenamento da lenha e queimador, calçamento e iluminação. | Reabertura aos domingos. Adequação do Centro de Atendimento ao Turista (CAT). Guarda patrimonial e segurança reforçadas. | Parceria público-privada rendeu uma obra de R\$ 750 mil |

Fonte: os autores; elaborado com base nos relatos orais das artesãs (2018).

O GAPG, que já foi construído três vezes, ainda não atende a todas as necessidades das Paneleiras, aliás, nem todas as Paneleiras que gostariam de

trabalhar lá podem, por falta de espaço. Os boxes (estandes), também chamados de 'quartinhos', 'quadrados' e 'cômodos', são padronizados. É neste espaço que a paneleira deve produzir as panelas de barro, comercializá-las e armazenar materiais e utensílios utilizados na produção. Essas panelas também são encontradas nas lojas do Estado, notadamente nos municípios da Grande Vitória (SILVA, 2018, p.138).

A maioria das artesãs produz no galpão das Paneleiras, lugar que se tornou ponto turístico e vitrine do artesanato das Paneleiras, onde fecham a maioria dos negócios. O mais atrativo de se produzir no GAPG é a facilidade em se vender, uma vez que este lugar se tornou vitrine do artesanato dessas Paneleiras e ponto turístico.

É pertinente destacar que o ofício das Paneleiras é uma herança da cultura Tupi-Guarani/luna, que habitavam a costa marítima do Espírito Santo. Essa 'cultura do barro' – aponta Silva (2018, p. 137) – “acontece há vários séculos e essa arte foi repassada para essa comunidade” do bairro de Goiabeiras, que se integrou à estrutura capitalista/mercantil “e se tornou um destaque cultural” do Espírito Santo.

Figura 2 – Espaço, associação e visibilidade das Paneleiras



Fonte: arquivo pessoal, Vitória/ES, 2017.

A produção das panelas não se limita ao espaço interno do GAPG. Algumas atividades são desenvolvidas externamente, seja por falta de espaço, seja por exigência da própria etapa. Frequentemente as Paneleiras desenvolvem externamente as etapas de secagem, alisamento para correção de imperfeições, polimento das panelas e a soca da casca do mangue. Se no passado a execução dos afazeres paneleiro caracterizava-se exclusivamente pelo “viés feminino, atualmente, no galpão em Goiabeiras, alguns homens também se tornaram artesãos no ofício de modelar o barro pela demanda e pelo lucro” que a prática começou a proporcionar (CARVALHO; SOUZA, 2014, p. 1206).

Silva e Peralta (2011) ressaltam que as panelas passaram de utensílios domésticos à categoria de ícone da identidade cultural do estado. Destarte, o crescimento positivo da atividade artesanal dessa comunidade ocorreu em função

de lutas/atendimento das demandas dos sujeitos envolvidas na cultura do barro, ocorrendo aspectos transformadores dessa manifestação artesanal/cultural.

Ademais, o que diz respeito as condições sociais, bem como quem produz e por qual razão destaca-se algumas indicações: a) o trabalho das Paneladeiras, de cunho feminino, expressa uma atividade tradicional nessa localidade; b) a Associação das Paneladeiras tem o fito de angariar suporte da iniciativa privada e do governo e tornar mais eficiente a produção das panelas; c) o Sebrae e o governo têm concedido incentivos à associação, visto que esse trabalho garante a renda de aproximadamente 120 famílias.

O saber envolvido na fabricação artesanal de panelas de barro, palavra originada de uma técnica indígena denominada de 'moquém', ou cozimento do barro, e foi o primeiro bem cultural registrado, pelo Iphan, como Patrimônio Imaterial no Livro de Registro dos Saberes, em 2002. Além de uma perspectiva meramente mercantil, o processo de produção no bairro de Goiabeiras emprega técnicas tradicionais e matérias primas provenientes do meio natural. Contudo é pertinente ressaltar que:

Assim, os usos, os formatos, as novas associações e criações relativas à utilidade da panela de barro e do próprio barro enquanto matéria-prima podem ser considerados, segundo Camiletti, como "alternativas de produção orientadas para o mercado, o que, mais uma vez, nos remete a uma lógica mercadológica por trás da sobrevivência do discurso" (2012, p. 184).

O GAPG é espaço de 'produção e vitrine do ofício' e demonstra que o trabalho realizado pela Associação de Paneladeiras de Goiabeiras (APG) foi classificado (certificado ano 2010 – 'melhores práticas' do Prêmio Internacional de Dubai: para 'melhoria das condições de vida') nas categorias Engajamento Cívico e Vitalidade Cultural, Respeito à Diversidade Cultural, Redução da Pobreza, Geração de Trabalho e Renda, Geração de Emprego, Igualdade de Gênero e Inclusão Social, Poderes de Decisão para as Mulheres (JESUS; ARAUJO, 2014, p. 14).

Figura 3 – Panelas de barro, um Patrimônio Imaterial do Brasil



Fonte: arquivo pessoal, Vitória/ES, 2018.

Os tipos de panelas autorizadas para o selo de Goiabeiras são: moquequeira ou frigideira, a panela de arroz ou pirão, o caldeirão, a assadeira onde é assada e servida a típica torta de capixaba, e as panelas de caldo, com bastante demanda entre os restaurantes. Foram estes tipos de panelas que deram o reconhecimento

nacional às panelas de Goiabeiras (Figura 3). No entanto é comum no galpão das Panelas “encontrarmos objetos modelados no barro, tais como cofres e imagens” (CAMILETTI, 2012, p. 83).

Cabe observar que a construção de uma visão estratégica para qualidade parte de dois pressupostos básicos: o primeiro acena para visualização da qualidade como um valor; e o segundo, remete para a questão da qualidade como diferencial estratégico para a sobrevivência de quaisquer empreendimentos (LAS CASA, 2017).

Diante do exposto, depreende-se que o fazer panelas de barro, da comunidade das Panelas de Goiabeiras é um fenômeno sociocultural que se imbrica com várias facetas da realidade (GEERTZ, 1978), sendo assim:

– Não se trata apenas de fazer panelas significa perpetuar o saber apropriado dos indígenas, que vem de tradições centenárias, que acontece através de relações cheias de significado, oferecendo à sociedade capixaba e ao mundo um produto que se tornou integrante da culinária e cultura capixaba (BERGER, [201-?]);

– Esse fazer de panelas de barro acontece numa prática de desenvolvimento local sustentável que utiliza recursos naturais de forma ecológica, em equilíbrio com o ecossistema; (JESUS; ARAUJO, 2014);

– O fazer panelas de barro é um movimento cultural que se iniciou com os indígenas e que vem se reinventando no contato com novas gerações, que envolve várias dimensões tais como: política, econômica, social e cultural (SAHLINS, 1997).

– O tradicional vai influenciando e sendo ressignificado pelo presente, o local e o global se interconectam, as tradições são reinventadas e adaptadas às novas teias de significados, vai se adaptando à nova lógica mercadológica, enfim o fazer panelas é simbólico, entranhado de relações sociais e com valores e configurações que se atualizam no deslizar do tempo (BECK; GIDDENS; LASH, 1997).

– O galpão da Associação é, conseqüentemente, um lugar construído, “apropriado e ressignificado de trajetórias, pessoais e coletivas, práticas e experiências cotidianas dos membros que o integram em interação social” (SILVA, 2018, p. 138-139).

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa de campo foi realizada com visitantes/turistas que adentraram no GAPG. A realização do levantamento empregou um questionário adaptado Servqual composto de assertivas apreciadas em um rol escalar de cinco níveis, onde os respondentes assinalam uma opção entre 1 e 5 da escala *Likert* (sendo 1=menos pertinente e 5=muito pertinente) para os 22 pares de questões (importância x satisfação).

A Escala *Likert* de 5 pontos, usada para a pesquisa quantitativa, serve como métrica de posicionamento a concordância ou discordância em relação um escalonamento de um ou mais itens de posicionáveis. A escala tipo *Likert* exige resposta graduada para cada afirmação; e geralmente serve para mostrar os extremos – sendo que o ponto ‘intermediário’ (medida 3) representaria o ‘apático’ ou indeciso (LAS CASAS, 2017; MIGUEL; SOUSA; FREIRE, 2017).

Os clientes avaliam seus níveis de satisfação ou insatisfação depois de cada encontro e utilizam esta informação para atualizar suas percepções de qualidade do serviço' (DETTMER; SOCORRO; KATON, 2002). Estes pesquisadores arguem que uma experiência de real satisfação ou não com um serviço advém após utilizar o mesmo.

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), pesquisadores norte-americanos, embasaram um modelo de pesquisa para a mensuração da qualidade em serviços e validado por numerosos diagnósticos (amplamente utilizado em diversos países) para um vasto rol de serviços. Portanto, o modelo em foco remete a uma abordagem métrica-conceitual da qualidade, conhecido pela sigla Servqual.

O modelo Servqual está baseado na comparação entre a expectativa (espera/importância) de um serviço e a percepção/satisfação da clientela que utiliza o serviço. A referida 'diferença' é nomeada 'gap' agrupa os hiatos da qualidade em torno de cinco determinantes/dimensões: I) confiabilidade; II) segurança (ou garantia); III) aspectos tangíveis (ou tangibilidade); IV) empatia; e V) receptividade (ou presteza). E sobre esses 'hiatos' Las Casas (2017) considera:

- a) Confiabilidade - é importante para prestar serviços de qualidade, gerada pela habilidade de fornecer o que foi prometido de forma segura e precisa.
- b) Segurança - os consumidores querem dos prestadores de serviços a habilidade de transmitir segurança e confiança caracterizada pelo conhecimento e cortesia dos funcionários.
- c) Aspectos tangíveis - os aspectos físicos que circundam a atividade de prestação de serviços também têm sua importância como fator de influência [...] as instalações, equipamentos e aparência dos funcionários.
- d) Empatia - grau de cuidado e atenção pessoal dispensados pelos clientes. Também é importante aspecto a capacidade de se colocar no lugar dos outros.
- e) Receptividade - é a disposição de ajudar os clientes e fornecer serviços com presteza (Las Casas, 2017, p. 67).

As sentenças adotadas no presente diagnóstico certamente não representam a totalidade de atributos da qualidade dos serviços, mas diante dos estudos realizados (NITECKI; HERNON, 2000; MIGUEL; FREIRE, 2016; MIGUEL; SILVEIRA, 2017; CAMPOS; MIGUEL; CARVALHO, 2018; SILVEIRA; MIGUEL, 2018) afirmam que a replicação e adaptação dessa abordagem teórica/metodologia confere traços válidos e práticos para averiguar um painel explanador da realidade em diagnóstico.

A população-alvo desse estudo compreende o público consumidor (visitantes, turistas e compradores) de artefatos artesanais cerâmicos (panelas de barro) e que foram atendidos pelas artesãs no GAPG. A amostra (representativa) selecionada foi não probabilística acidental (por conveniência), reunindo 120 clientes a quem aplicamos o questionário adaptado para a análise das lacunas na qualidade dos serviços.

O procedimento de coleta de dados se deu de forma aleatória conforme abordagem e disponibilidade do público consumidor e após serem atendidos pelas Paneleiras de Goiabeiras. O questionário semiestruturado foi aplicado no período de 18 de janeiro de 2018 a 24 de fevereiro de 2018 no GAPG aos

compradores/visitantes/turistas que foram atendidos pelas artesãs e que se dispuseram a participar da pesquisa, sendo livre a adesão e, aceita por mais de 35% das pessoas abordadas.

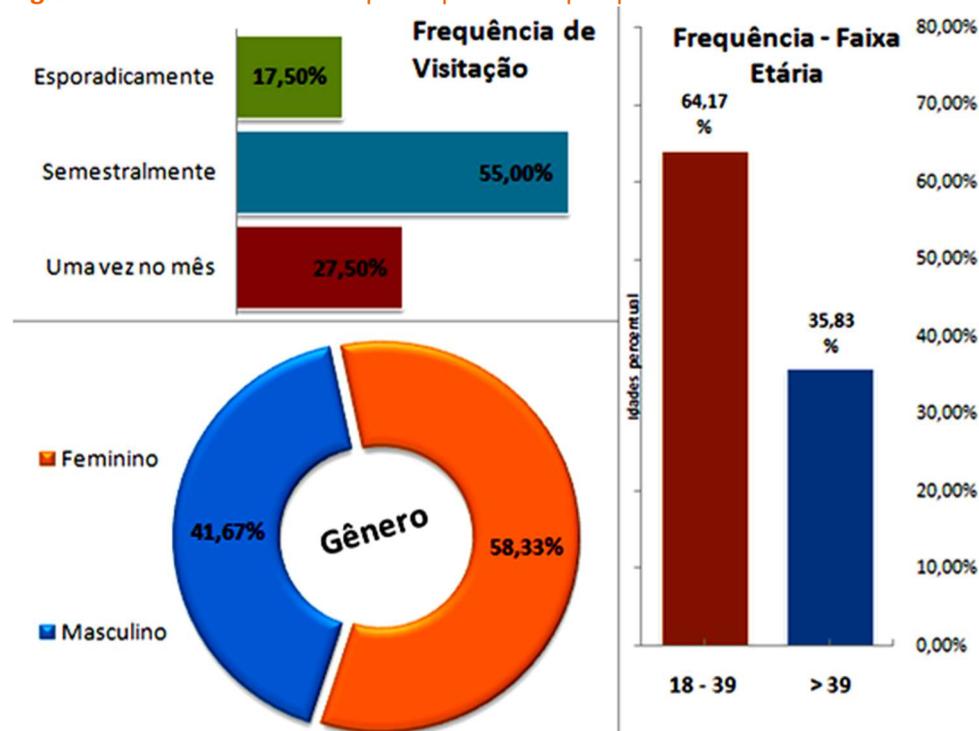
4 DESENVOLVIMENTO (RESULTADOS E DISCUSSÕES)

Essa seção apresenta os resultados, que são apresentados em três blocos de análise, a saber: as características gerais, análise quantitativa, registro e discurso dos entrevistados.

4.1 Características gerais

Do total de 120 respondentes, quanto ao gênero, 70 (58,33%) assinaram a opção feminina e 50 (41,67%) declaram-se masculino. Em termos de faixa etária, 77 (64,17%) dos entrevistados tinham entre 18 e 39 anos, e os demais 43 (35,83%) tinham 40 anos ou mais.

Figura 4 – Características dos participantes da pesquisa



Fonte: dados da pesquisa, jan./fev. 2018. Vitória/ES.

Foram considerados apenas os questionários que tinham a resposta ‘Sim’ ao item: ‘utilizei os serviços/atendimento das mulheres comerciantes (Paineiras de goiabeiras) no espaço do galpão’. E no que tange ao perfil amostral observa-se que a parte do grupo de respondentes que frequenta o espaço do GAPG pelo menos semestralmente, caracteriza-se de comunidade adulta jovem e predominância de um público feminino nesse período analisado.

Quanto à frequência de visitação a essa região/espaço, 33 pessoas das entrevistadas (27,50%) comparecem nessa localidade rotineiramente (pelo menos uma vez no mês); 66 (55,00%) respondentes reportam que frequentam semestralmente o local; e outros 21 (17,50%) a visitam esporadicamente (conforme demanda, em datas festivas, disponibilidade ao lazer).

Convém destacar, que a aplicação da pesquisa Servqual requer uma prévia experiência com o serviço, ou seja, somente pode ‘avaliar algo’ quem de fato teve contacto – momento da verdade – obtém experiência vivida com o serviço.

4.2 Construtos determinantes da qualidade: Importância X Satisfação

Para fins de estruturação do texto, os dados são apresentados tomando-se como eixos as determinantes da qualidade (empatia, garantia, receptividade, confiabilidade, tangibilidade) - que caracterizam o Método Servqual.

Para cálculo dos *gaps*, fizemos uma média das questões que a dimensão comporta e adotamos o seguinte procedimento: as dimensões contêm quatro assertivas por dimensão da qualidade, duas determinantes com cinco itens e assim totalizando 22 questões avaliativas das expectativas e, espelhadas na averiguação da percepção dos 120 respondentes. Por exemplo, para o cálculo dos *gaps* da dimensão ‘Receptividade’ foram somadas as médias das pontuações das questões relativas a esta dimensão e depois divididas por quatro, ou seja, o número de questões relacionadas a esta dimensão.

Portanto, para calcular as médias (importância e satisfação), as pontuações (de 1 a 5) de cada questão são somadas e depois divididas pelo número total de respondentes (40) tanto para a satisfação quanto para a importância. A seguir foi calculada a diferença entre as duas, obtendo-se assim o *gap* por questão (Tabela 1). Las Casas (2017) reporta que quando um indivíduo gosta da prestação de serviços ele dá nota alta e, quando não gosta dá uma nota baixa.

Tabela 1 – Dimensões da qualidade e as médias de Importância e Satisfação

| Determinantes e características | | Itens - Importância (E) | | | Itens - Satisfação (P) | | | Gap P - E |
|---------------------------------|---|-------------------------|------|--------|------------------------|------|---------|--------------|
| | | MD* | DP** | CV*** | MD* | DP** | CV*** | |
| Empat | Atenção e o carinho individualizados | 4,60 | 0,70 | 15,22% | 4,20 | 0,68 | 16,15 % | -0,40 |
| Garantia | Cortesia e habilidade de irradiar confiança | 4,40 | 1,08 | 24,62% | 4,10 | 1,01 | 24,67 % | -0,30 |
| Recept | Proporcionar com presteza um serviço | 4,50 | 0,86 | 19,03% | 4,00 | 0,41 | 10,21 % | -0,50 |
| Conf | Serviço confiável e com precisão | 4,70 | 0,46 | 9,75% | 3,90 | 1,36 | 34,94 % | -0,80 |
| Tangib | Aparência física de instalações e pessoal | 4,80 | 0,65 | 13,61% | 3,80 | 1,17 | 30,69 % | -1,00 |

Nota: elaborado pelos autores, dados da pesquisa (2018); *média, ** desvio padrão, ***coeficiente de variação.

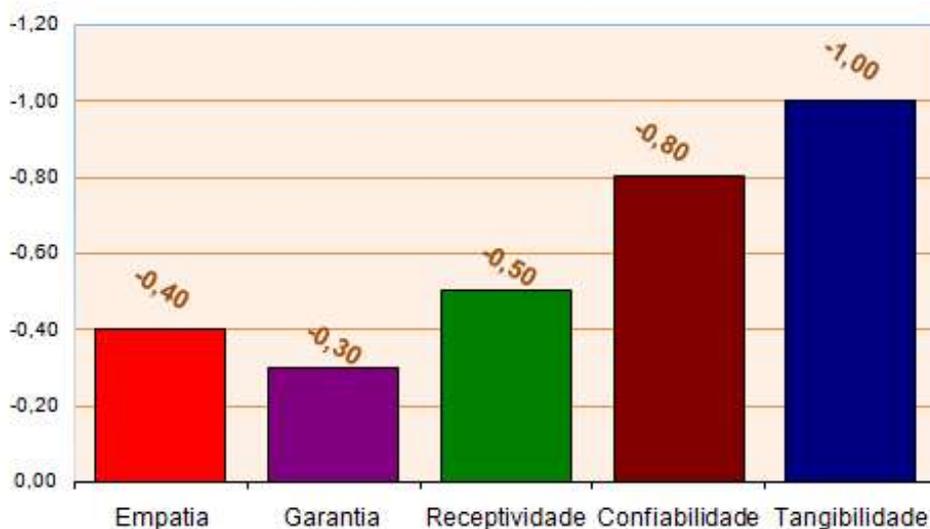
Pode-se observar a métrica avaliativa de importância (expectativa) atribuída pelos respondentes considerando as dimensões da qualidade, a saber: Tangibilidade (4,80), seguida de Confiabilidade (4,70), Empatia (4,60), Receptividade (4,50), e a menos valorizada foi a Garantia (4,40).

Paralelamente, o painel satisfação (percepção) aponta que a dimensão mais valorizada remete a Empatia (4,20) seguida de Garantia (4,10), Receptividade

(4,00) e a resultante com menos índice de apreciação remete a esfera da Confiabilidade (3,90) e dos fatores tangíveis (3,80).

Pode-se deduzir que o item com o maior *gap* na opinião dos entrevistados foi Tangibilidade (-1,00), como mostrado na Figura 3, que de acordo com o método Servqual, refere-se à atenção e ao carinho individualizado proporcionado aos clientes (BERRY; PARASURAMAN, 1992).

Figura 5 – Gráfico dos gaps por dimensão da qualidade



Fonte: dados da pesquisa, jan./fev. 2018. Vitória/ES.

Nitecki e Hernon (2000) indicam que as pontuações de *gaps* entre 0 e -1 não superam as expectativas, porém podem atender ao que os usuários realmente esperam de um serviço de qualidade, pode-se dizer que os compradores de artefatos cerâmicos da GAPG percebem positivamente a qualidade dos serviços prestados pelas Paneleiras de Goiabeiras.

4.3 Registros orais e análise de discursos

Na composição dessa pesquisa, incluímos uma seção para registro de opiniões dos entrevistados quanto à visibilidade do trabalho, serviços e produção artística dessas 'Paneleiras' que atuam no GAPG. Nessa pesquisa, o espaço aberto (*free elicitation*) recebeu 30 contribuições. Consideramos esse total considerável pois um de cada quatro (25%) dos participantes registraram opiniões, tais como:

Eu sempre vi a minha mãe trabalhar, que a minha mãe ela fazia panelas e cumbucas. Vejo nesse galpão um pouco das minhas raízes as quais passam por diversos embalos. Hoje atuo no ramo da hospedagem e sempre venho aqui adequar peças para utilizar no meu *hostel*, e até mesmo revender aos curiosos que vão a minha cozinha. (Entrevistad@ Beta).

O artesanato está imbuído de dilema e o trabalho artesanal pode não se enquadrar nos cânones artísticos. No entanto não deixa de configurar uma expressão simbólica do espírito humano. Isso faz que a gente pense que artesanato de panelas de barro são cultura popular, mas ofício por si não sinaliza uma menor da arte por ser utilitarista. (Entrevistad@ Lambda).

As mulheres que atendem [no GAPG] tem produto artesanal diferenciado e sutil, deixada pelos traços das mãos nos objetos, pelo alisamento das panelas. Diferencia essa sutil, a um ofício que destaca uma comunidade única, que sobrevive ao turbulento e instável sistema capitalista. (Entrevistad@ Alfa).

Sou capixaba, mas moro no exterior, venho algumas vezes aqui adquirir panelas pois tenho um restaurante nos Estados Unidos, é um jeito de levar mais sabor para os brasileiros que moram lá e gostam da notoriedade de um artefato regional e nacional. (Entrevistad@ Delta).

No que se refere à 'percepção social ofício da paneleira', 13 entrevistados (43,33%) utilizaram o espaço para falar da postura das Paneleiras e do cenário político social pouco convidativo aos territórios periféricos. Na fala de dez (33,33%) respondentes destaca um determinante construto da qualidade de serviços – a dimensão empática. As repostas as seguir remetem a cerca das inferências sobre atendimento, hospitalidade, acolhimento e destacam uma execrada atitude correlata a 'falta de paciência':

Vejo que o artesanato não é apenas resquícios de uma sociedade tradicional, olhar e comprá-lo dessa forma é esquecer que a panela é útil e é contemporânea, e isso amortece a estima apenas culinária. As mulheres ofertam tanto no atendimento quanto nos produtos uma marca do ofício, e isso é significativo a produção e sobrevivência da unidade familiar. (Entrevistad@ Sigma).

O espírito empreendedor e cooperativista dessas mulheres que aqui atendem ganha notoriedade aos serviços prestados por ser um patrimônio histórico e cultural, é esse ambiente [GAPG; bairro Goiabeiras] mostra e adentra num contexto que revela mais que lazer, mostra um trabalho e mão que zelam por nossas tradições - essas devem ser mantidas e projetadas para todo o país. (Entrevistad@ Épsilon).

Defendo a continuidade das atividades artesanais [no GAPG] para a garantia da criatividade, autonomia, sobrevivência das Paneleiras e de seu território. Esse é um campo de oportunidades e transformação. Creio que os diversos órgãos públicos têm condições de zelar para que esse espaço [GAPG] seja melhorado e as pessoas capacitadas para lidar com turismo. (Entrevistad@ Zeta).

A panela de barro é, sem dúvida, progenitora expressão da cultura popular do Espírito Santo. Vejo o espaço do galpão estratégico, e oferta segurança da real procedência das panelas. Já comprei algumas lá no mercadão da Vila Rubim e no Mercado de Artesanato do centro da capital, mas não é o mesmo atendimento. Vejo desenvolvimento local da cidade aliado a questão ambiental como possível e necessária. (Entrevistad@ Ômega).

É importante notar que os relatos dos respondentes vêm permeados de referências a função da associação e do atuar empreendedor. Nessa via, os visitantes do GAPG alegam que têm uma visão dessas artesãs como ativistas culturais, com habilidade de transformar a comunidade local por meio do trabalho associativo.

Vim de Diamantina conhecer esse espaço, achei uma interessante alternativa de turismo e creio no potencial desse lugar, alguns pontos precisam ser aprimorados para destacar além da panela de barro a questão da gastronomia capixaba, da moqueca e tradições do bairro de Goiabeiras. (Entrevistad@ Gama).

Eu acredito em um trabalho honesto e de qualidade. Acho super adequado contemplar este lugar, pois visitá-lo nos permite reconhecer uma atividade que marca um povo e sua cultura, ainda que no galpão tenha uma estrutura aquém do desejado. Lá a recepção pode ser melhor aos turistas. (Entrevistad@ Iota).

Pois gostaria de registrar que a infraestrutura é precária, dá a impressão de abandono. Pensei que poderia tentar fazer uma panela de verdade, contudo percebi que a falta paciência das Panelleiras afasta vários outros turistas. É uma falha na receptividade ou a mulher [uma panelleira] estava de mau humor, não sei... Quando solicitei preços achei bem barato, no entanto deram breves explicações de como usar. Vejo uma má vontade de explicar. (Entrevistad@ Tau).

A clientela destaca ainda que existem questões muito ‘específicas’ na revenda dos artefatos cerâmicos e apontam: as questões estéticas, logísticas e funcionais das panelas comercializadas. Pode-se inferir que 15 (cerca de 50%) dos visitantes/turistas reportam que valorizam a questão da procedência e qualidade das peças, bem como, preservação do meio ambiente, conforme destaca os comentários a seguir.

Certas artesãs anunciam muitas dificuldades para permanecer no ramo artesanal, bem como a limitação da demanda local. Eu fiquei sabendo desse espaço enquanto visitava a Feira Híppie de Belo Horizonte e assim resolvi vir conhecer. Bem esperava um espaço de mais funcionalidade estrutural e percebi que o mangue situado próximo ao galpão carece de atenção, pois este bioma guarda curiosidades, diversidades e riquezas. (Entrevistad@ Etá).

Estamos estragando a natureza? Não sei a questão ambiental é imperiosa para mim, não comprei panela, mas gostei da prosa. Creio que o artesanato é por natureza ecológico. Logo as mulheres amam aquilo que dá a elas o sustento! Mas pesa o fato das Panelleiras ter pouca paciência a muitos questionamentos. (Entrevistad@ Teta).

Muito interessante vir aqui, vi a forma como manuseiam o barro, a queima na beira do mangue e tintura que dá a cor preta das panelas. É fácil chegar com a sinalização turística. Ao conversar com algumas pessoas no galpão recebemos algumas explicações das etapas de produção; e, considero que essa área de turismo se envolta de desejos, práticas e viabilidade natural para perpetuar. (Entrevistad@ Psi).

Os depoimentos acima descritos ratificam a importância e provocações que esse fazer artesanal traz à cultura capixaba.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomamos que o objetivo principal foi de averiguar as percepções e expectativas dos visitantes/turistas do Galpão da Associação das Panelas de Goiabeiras (GAPG) acerca dos serviços prestados pelas mulheres Panelas de Goiabeiras. O GAPG Localiza-se em Goiabeiras, próximo da residência da maioria das artesãs. Nesse viés verifica-se que o mapeamento das expectativas e das percepções da comunidade consumidora permite visar ações de ordem prática e estética da cadeia produtiva, uma vez que o comportamento do consumidor surge pelo desejo de experimentar e compreender diferentes culturas.

A visibilidade do ofício das Panelas do GAPG aparece em atributos de qualidade delineados pela confiabilidade e empatia. Os visitantes/turistas do espaço ressaltam a alta qualidade das panelas e da importância da preservação do meio ambiente, como dizem ressaltam a necessidade de um espaço com infraestrutura adequada ao turismo. Mas, acima de tudo, os respondentes apontam que as mulheres artesãs precisam ter 'paciência' durante os atendimentos, como comenta um dos entrevistados, transparecendo que o cuidado pessoal 'agrega valor' aos serviços desenvolvidos.

No que tange as dimensões sociológicas e educacionais, abordar o ofício das Panelas com foco na visão do público consumidor quanto a qualidade de serviços possibilitou sondar as possíveis transformações no papel social das mulheres a partir de referenciais de empoderamento, atendimento e reconhecimento cultural. Assim, fica a imagem (Entrevistad@ Ômega) que panela de barro é, "sem dúvida, uma das maiores expressões da cultura popular do Espírito Santo".

Mas, além, a importância do GAPG empoderar uma comunidade em tal espaço é aceitar diversas vivências, experiências, lutas e construções sociais. Ressalta-se também nesta pesquisa uma estimativa aos bens culturais imateriais e o 'Ofício das Panelas de Goiabeiras' comporta saberes de pontual atrativo turístico. Um dos problemas concernentes a essa questão é que o público consumidor busca algo experiencial além do fato da 'arte do barro' se conecta com a atividade gastronômica.

No tocante à metodologia, a abordagem *Servqual* mostrou-se mais uma vez apropriado para esse tipo de estudo organizacional. As dimensões estudadas ficaram evidentes com destaque para as dimensões de qualidade Tangibilidade e Empatia, seguidas de Confiabilidade e Segurança. Merece atenção investigações mais aprofundadas sobre o porquê dos aspectos tangíveis obterem uma média escalar (|1,00|) sendo um ponto crítico a mudança e, considerando que o conjunto de infraestrutura circunvizinha ao GAPG pode acarretar póstumas investigações.

Ainda que este estudo tenha desvelado conhecimentos consideráveis a respeito do problema de pesquisa, outros ele derivou. Por exemplo, qual a percepção social do ofício dessas artesãs e os dilemas ambientais que carrega essa atividade? E o que tange a tradição de saber fazer? Dito de outro modo, qual a percepção dos visitantes e que diferenças vem dos trabalhos como as transformações (boas práticas ambientais) em prol de um desenvolvimento sustentável? Que práticas, produtos e serviços podem ser inovados? Por que salientar as ações de indicação (geográfica) de procedência? E conforme relata

Medeiros e Passador (2015, p. 61) esta valorização advinda das ‘indicações geográficas pode ser apropriada e/ou até fortalecida pelo Turismo’.

A expectativa de nós autores deste estudo é que essas respostas colaborem para desvelar conhecimentos sobre o problema e temática pesquisada, gerando informações sobre povos e comunidades tradicionais, saberes e fazeres, arte e mercado – afinal, uma das premissas do *desing thinking* é divergir e convergir para identificar momentos estruturais para o processo de desenvolvimento de serviços de qualidade (isto é, ir além da estética de produtos ou serviços).

Destarte, que os ‘exemplos apropriados’ por essa arte e ofício de fazer panelas de barros, como alude um dos respondentes, mostra um “espírito empreendedor e cooperativista dessas mulheres [...] auferi notoriedade aos serviços prestados”; esparja estudos organizacionais e etnografias para área de ciência, tecnologia e sociedade. Cogitando-se os relatos apresentados é viável repensar os fatores que podem fortalecer o turismo na região: a ‘desejabilidade’ – o que faz sentido para as pessoas; a ‘praticabilidade’ – o que é admissível em um adjacente vindouro e; a ‘viabilidade’ – o que possivelmente se espelha um arquétipo de negócio sustentável e próspero.

Visibility of Female Artisanal Work in Goiabeiras, city of Vitória, Brazil: Realities, Challenges and Trends

ABSTRACT

This article emphasizes the crafts of women artisans of the Goiabeiras Association of Paneleiras, Espírito Santo State, Brazil. The objective of the research is to evaluate the satisfaction of tourists, buyers of pots and clay products, in relation to the quality of the service performed by the artisans in the shed of the Paneleiras association in Goiabeiras, in the city of Vitória, Brazil. The methodology of this study has a descriptive and qualitative character, based on a readaptation of the theoretical-methodological approach Servqual. The results obtained suggest that the attributes of quality in services are delineated primarily by empathic and tangible facets. At the end, the sociocultural, market and academic implications of the results obtained in this multifactorial territory of contrasts are discussed.

KEYWORDS: Handicraft. Quality of services. Servqual. Intangible heritage.

Visibilidad del trabajo de artesanía de las Paneleiras de Goiabeiras: Realidades, Desafíos y Tendencias

RESUMEN

Este artículo enfatiza el trabajo de artesanía de las mujeres de la Asociación de las Paneleiras de Goiabeiras. El objetivo de la investigación es evaluar la satisfacción de los turistas, compradores de ollas y productos de barro, en relación a la calidad de la atención realizada por las artesanas en el galpón de la asociación de las Paneleiras en Goiabeiras, en el ciudad de Vitória, Espírito Santo. La metodología de este estudio tiene carácter descriptivo y cualitativo, a partir de una readaptación de la bordaje teórico-metodológico Servqual. Los resultados obtenidos sugieren que los atributos de la calidad en los servicios son delineados primordialmente por las facetas empáticas y tangibles. Al final, se discuten las implicaciones socioculturales, mercadológicas y académicas de los resultados obtenidos en ese territorio multifactorial de contrastes.

PALABRAS CLAVE: Artesanía. Calidad de servicios. Servqual Patrimonio inmaterial.

REFERÊNCIAS

BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: UNESP, 1997.

BERGER, M. **A cultura como teia**. Blog Mirela Berger, Brasil, p. 1-11, [201-?]. Disponível em: http://www.mirelaberger.com.br/mirela/download/a_cultura_como_teia.pdf. Acesso em: 10 set. 2018.

BERRY, L. L.; PARASURAMAN, A. **Serviços de marketing: competindo através da qualidade**. São Paulo: Maltese: Norma, 1992.

BRANDÃO, C. D. **Fatores intervenientes na implementação de ações estratégicas para a promoção do selo de indicação geográfica das panelas de barro de Goiabeiras**. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Vitória, 2014.

CAMILETTI, G. G. Modernidade e tradição em Anthony Giddens: um olhar sobre os estilos de vida nas paneleiras de goiabeiras. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, Salvador, v. 1, n. 2, p. 165-188, 2012. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/download/45521>. Acesso em: 11 set. 2018.

CAMPOS, A. C. B.; MIGUEL, M. C.; CARVALHO, S. M. S. de. Aplicação do modelo Servqual na bienal do livro da Zona da Mata: o olhar dos interagentes abrindo novas páginas para melhoria da qualidade. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, v. 23, n. 52, p. 84-94, maio 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2017v23n52p84>. Acesso em: 24 set. 2019.

CARVALHO, A. V.; SOUZA, L. Podem como painéis falar? O processo de institucionalização do patrimônio material pelo Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (IPHAN). **Diálogos**, v. 18, n. 3, p. 1183-1211, set./dez. 2014. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Dialogos/article/view/33953/pdf>. Acesso em: 21 dez. 2018.

DETTMER, B.; SOCORRO, C.; KATON, H. T. Marketing de serviços – análise da percepção da qualidade de serviços através da ferramenta SERVQUAL em uma instituição de ensino superior de Santa Catarina. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, v. 4, n. 8, p. 60-74, jul./dez. 2002. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/1847/1611>. Acesso em: 14 set. 2019.

DIAS, C. C. “Ser Panelista Não É Brincadeira”: Estratégias De Associação Política Na Construção De Uma Categoria Profissional. **Arquivos do Museu Nacional**, Rio de Janeiro, v. 64, n. 3, p. 203-213, jul./set. 2006. Disponível em: <http://www.museunacional.ufrj.br/publicacoes/wp-content/arquivos/Arqs%2064%20n%203%20p%20203-213%20Carla%20Dias.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2019.

FIGUEIREDO, M. D.; MARQUESAN, F. F. S. Artesanato, arte, design... Por que isso importa aos estudos organizacionais?. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, Salvador, v. 3, n. 3, p. 127-143, set./dez. 2014. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/download/45367>. Acesso em: 14 jun. 2018.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

JESUS, R. G; ARAUJO, P. M. C. A associação das Panelistas de Goiabeiras como experiência para o desenvolvimento local: uma reflexão a partir de uma pesquisa bibliográfica. **Temas de Administração Pública**, Araraquara, v. 9, n. 2, p. 1-18, 2014. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/temasadm/article/view/6657/5386>. Acesso em: 20 fev. 2018.

KELLER, P. F. O artesão e a economia do artesanato na sociedade contemporânea. **Política & Trabalho**, João Pessoa, v. 2, n. 41, p. 323-347, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/politicaetrabalho/article/view/21342>. Acesso em 13 jul. 2018.

LAS CASAS, A. L. **Qualidade total em serviços: Conceitos, Exercícios, Casos Práticos**. São Paulo: Atlas, 2017.

MACHADO, J. P. O conceito de artesanato: Uma produção manual. **Missões**, São Borja, v. 2, n.2, p. 52-72, jul./dez. 2016. Disponível em: <http://seer.unipampa.edu.br/index.php/missoes/article/view/23117/8659>. Acesso em 29 dez. 2017.

MARQUES, M. S.; CALOTI, V. A. As Paneleiras de Goiabeiras e a dinâmica da Cultura do Barro. Sociologia: **Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, Porto, v. 26, n. 2, p. 163-185, 2013. Disponível em: <http://ojs.letras.up.pt/index.php/Sociologia/article/view/1332>. Acesso em: 17 jan. 2018.

MEDEIROS, M. L.; PASSADOR, J. L. Indicações Geográficas e Turismo: Possibilidades no contexto Brasileiro. **Perspectivas Contemporâneas**, Campo Mourão, v. 10, n. 3, p. 56–79, set./dez. 2015. Disponível em: <http://revista2.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas/article/view/1906/756>. Acesso em: 28 out. 2018.

MIGUEL, M. C.; FREIRE, V. F. Avaliação da qualidade orientada ao usuário do museu capixaba do negro: aplicação da abordagem teórico-metodológica Servqual em um espaço museológico de Vitória-ES. **Guará**, Vitória, v. 5, n. 1, p. 103-116, 2016. Disponível em: <http://periodicos.ufes.br/guara/article/view/14350/10092>. Acesso em: 19 dez. 2018.

MIGUEL, M. C.; SOUSA, M. M. de; FREIRE, V. F. Avaliação da qualidade nos espaços de popularização da ciência e tecnologia com ênfase na astronomia e nos ambientes imersivos de tecnologias da informação e comunicação. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica Tecnológica e Artística**, São Paulo, n. 04, v. 6, p. 64-76, abr, 2017. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/wp-content/uploads/2017/04/194_IC_ArtigoRevisado.pdf. Acesso em: 29 set. 2018.

MIGUEL, M. C.; SILVEIRA, R. Z. Percepções e Expectativas dos Associados da Biblioteca Transcol em Encontro aos seus Dez Anos de Atuação. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, São Bernardo do Campo, v. 8, n. 2, p. 2021-2041, 2017. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/download/48612>. Acesso em: 18 abr. 2019.

MIOTTO, G. H.; SILVA, A. R. L. A transmissão da arte entre gerações de artesãs: um estudo sobre as Paneleiras de Goiabeiras. **Almanaque Multidisciplinar de Pesquisa**, Duque de Caxias, n. 1, v. 2, p. 48-60, 2015. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/amp/article/view/3133/1530>. Acesso em: 14 jan. 2019.

NICOLE, B. C. et al. Etnografia - As paneleiras de Goiabeiras e a arte de fazer panela de barro: Ensaio etnográfico sobre a cultura do barro. **Simbiótica**, Vitória, v.1, n. 1, p. 16-52, 2012. Disponível em: <http://periodicos.ufes.br/simbiotica/article/view/4524/3528>. Acesso em: 17 fev. 2018.

NISHIZAWA, R. M. Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. **Revista Perspectivas**, Cochabamba, v. 34, p. 181-209, out. 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2019.

NITECKI, D. A.; HERNON, P. Measuring Service Quality At Yale's University's Libraries. **The Journal Of Academic Librarianship**, Pullman, v. 26, n. 4, p. 259-273, jun. 2000. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0099133300011178>. Acesso em: 19 out. 2018.

PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A; BERRY, L. L. A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. **Journal Of Marketing**, Chicago, v. 4, n. 49, p. 41-50, 1985.

Disponível em:

https://www.academia.edu/35712902/A_Conceptual_Model_of_Service_Quality_and_Its_Implications_for_Future_Research. Acesso em: 15 set. 2018.

SAHLINS, M. O 'pessimismo sentimental' e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um objeto em via de extinção (parte I e II). Rio de Janeiro: Mana, v. 3, n. 2, p. 41-150, 1997.

SILVA, A. R. Tecnologia patrimonial e o enraizamento do saber-fazer: interstícios entre memória coletiva, dispositivos patrimoniais e ecossistemas. **Revista brasileira de gestão e desenvolvimento regional**, Taubaté, v. 14, n. 4, p. 134-164, jul. 2018. Disponível em: <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/3937/706> . Acesso em: 11 ago. 2018.

SILVA, E. F.; PERALTA, P. P. Collective marks and geographical indications: Competitive strategy of differentiation and appropriation of intangible heritage. **Journal of Intellectual Property Rights**, Nova Délhi, v. 16, n. 3, p. 246-257, 2011. Disponível em: <http://docs.manupatra.in/newsline/articles/Upload/84E2D1A7-0BC0-41B7-8B12-E6CF3E7C7618.pdf>. Acesso em: 18 out. 2018.

SILVEIRA, R. Z. da; MIGUEL, M. C. Turismo, Informação e Trabalho das Mulheres na Pomerfest: a festa pomerana . **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 1-22, 2018. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/download/50780>. Acesso em: 16 out. 2018.

Recebido: 18 abr 2018.

Aprovado: 07 jan 2019.

DOI: 10.3895/rts.v15n38.8162

Como citar: MIGUEL, M. C.; *et al.* Visibilidade do Ofício das Paneleiras de Goiabeiras: Realidades, Desafios e Tendências. *Revista Tecnologia e Sociedade*, Curitiba, v. 15, n. 38, p. 173-194, out/dez. 2019. Disponível em: <https://periodicos.uitfpr.edu.br/rts/article/view/8162> . Acesso em: XXX.

Correspondência:

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

