

Design, artesanato e empreendimentos criativos: caminhos para sustentabilidade

Rita de Castro Engler

Nadja Maria Mourão

Em função da escassez dos recursos naturais e das crises mundiais que afetam todos os sistemas urbanos, a humanidade busca caminhos para se reorganizar e inovar. É provável que a sociedade tenha provocado as restrições atuais do planeta. Todavia, faz-se necessário considerar e buscar soluções para nossa sobrevivência e das gerações futuras, por meio de estímulos criativos, capazes de impulsionar alternativas sustentáveis.

Novos grupos sociais se estabelecem em redes ou em formas diferenciadas das organizações anteriores. Os grupos sociais, na atualidade, são formados por múltiplos interesses. A maioria desses grupos defende os problemas sociais que envolvem o meio ambiente, a educação, a saúde, o transporte, a economia, o sistema de produção, entre outros. Dessa forma, novos termos são definidos para caracterizar novas abordagens.

Comparativamente as pesquisas sobre negócios e ciência, em relação à sociedade em geral, pouco conhece sobre o conceito de inovação social. Essa falta de conhecimento impede que as instituições se interessem por investimentos, que possam resolver as questões de oferta e procura de produtos e serviços. A ausência de conhecimentos integrados sobre fatores de sucesso e fatores inibidores dessas inovações torna mais difícil para os próprios empreendedores programarem novidades dentro de um padrão sustentável, conforme a Young Foundation (2006).

Entendemos a produção criativa como a capacidade de criação a partir de suas ideias, cultura e tradição, que despertem as infinitas possibilidades de expressão, gerando condições de participação e concorrência no mercado. São os objetos produzidos por pessoas habilidosas com criatividade, que distingue este artesanato das demais categorias. A prática de geração de renda com criatividade é uma das características do povo brasileiro. Neste país com uma diversidade cultural extensa, iniciativas de empreendimentos em Economia Criativa podem ser

encontradas, nas mais diversas áreas, nos quatro cantos do país. É um modelo de economia do intangível, do simbólico, que se alimenta dos setores criativos, geradores de bens e serviços que resultam em produção de riqueza cultural, econômica e social. Todavia, a cultura, o design, a tecnologia e a inovação são alguns dos principais setores deste modelo de negócio que tem crescido em todo o mundo e gerado muitos empregos.

Em setembro de 2013, na sede da Organização das Nações Unidas (ONU), ocorreu o projeto Mulher Artesã Brasileira – exposição de fotos e produtos, para divulgar a cultura e a economia brasileira, através da produção sustentável do artesanato brasileiro. Os participantes da Assembleia Geral das Nações Unidas, bem como embaixadores e funcionários das missões, contabilizaram a estimativa de 10 mil visitantes na exposição, comprovando a importância deste setor e das possibilidades para a economia brasileira (SEBRAE, 2015).

Assim, este estudo busca analisar e comparar alguns produtos artesanais em comunidades de baixa renda, verificando as possibilidades de geração de empreendimentos criativos. É um caminho, um seguir os trilhos abandonados da sustentabilidade. Limita-se, aqui, à comparação entre o evento Encontro dos Povos, no Município de Chapada Gaúcha (noroeste de Minas Gerais – Brasil) e ao evento PICNIC, em Amsterdam (Holanda). É proposto esse eixo comparativo pela observação da diversidade das atividades em cada evento e a possibilidade de modelo em economia criativa. Ou seja, o PICNIC, em atividades socioculturais e inovações em projetos sociais e o evento Encontro de Povos, em contexto de produtos de artesanato com inovações por meio do design. Os eventos são bem diferentes, mas apresentam aspectos interessantes, configurados como empreendimentos criativos sustentáveis.

Empreendimentos criativos

Como proposta desse estudo, precisamos entender o que são esses chamados empreendimentos criativos. No Brasil, em função de tantas riquezas ambientais e culturais, mas com problemas sociais emblemáticos, as iniciativas econômicas surgem nos moldes diversos, são os novos empreendedores e seus empreendimentos solidários e criativos. Utilizam-se da economia do intangível, do simbólico, que se alimenta dos setores criativos, geradores de bens e serviços que resultam em produção de riqueza cultural, econômica e social. A economia criativa se estabelece nos setores da cultura, do design, da tecnologia, das inovações em quaisquer áreas, gerando novos modelos de negócio em todo o mundo. Assim, o Ministério da Cultura publicou a 3ª edição das metas do Plano Nacional de Cultura – PNC busca, de forma didática e lúdica, traduzir as 53 metas do PNC para a sociedade brasileira (MINC, 2013).

Santos (2002) relata que os saberes e tradições populares, fundamentados nas relações de pertencimento identitário e de transmissão da memória coletiva de um grupo, se constituem a partir das práticas cotidianas, que geram novas oportunidades e que podem se fundamentar em tecnologias sociais.

As experiências adquiridas e habilidades desenvolvidas pelo empreendedor na identidade do seu negócio são as bases para a criação e o desenvolvimento de um empreendimento criativo. O empreendedor deve ter o conhecimento de suas potencialidades e limitações, sem excluir a possibilidade de uma boa ideia gerar um negócio de sucesso, conforme Castro (2014). Assim, na diversidade dos diálogos, o design pode contribuir com a formação de ideias para tais situações.

A Economia Criativa contempla as dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição, circulação, difusão e consumo, fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos. Conforme Leitão (2012), as atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica.

Furtado (2008) relata que o processo de mudança social que chamamos “desenvolvimento” adquire certa nitidez quando o relacionamos com a ideia de criatividade, em quaisquer que sejam as contradições entre as visões da história que emergem em uma sociedade. Dessa forma, devemos acreditar e investir em novas possibilidades que apontem soluções para um futuro com melhor qualidade de vida para todos.

Reis (2008) descreve que os setores criativos vão além dos setores denominados como tipicamente culturais, podem estar ligados à produção artística cultural, como a música, a dança, o teatro, a pintura, o cinema, entre outros. São também outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao design, à arquitetura entre outros. Os procedimentos se interligam, como a criação, a produção, a difusão e o consumo.

Atualmente, é pouco provável que produtos criativos se restrinjam a uma única área ou segmento criativo. Desfiles de moda, por exemplo, são realizados em espetáculos de música, a dança integra-se às projeções audiovisuais, a edição de livros se faz por meio da indústria de conteúdos das novas mídias, entre outras junções. Assim, a mesclagem de várias linguagens e áreas tornou-se prática comum nessa nova economia, estimulada em função tanto das facilidades geradas pelas novas tecnologias, quanto pela capacidade criativa de se construir e se interagir de modo multidisciplinar, tecendo a transversalidade entre todas as áreas.

A cada dia surgem novos casos bem-sucedidos de empreendedores criativos, com modelos de negócios e gestão inovadores. Esses empreendimentos tornam possível a diversidade, o multiprotagonismo e a autorrepresentação, criando novas possibilidades para o desenvolvimento do ambiente simbólico. Atuar em Eco-

nomia Criativa é pensar um pouquinho “fora da caixa”, propondo para a sociedade alternativas no seu “modus operandi”, expõe Reis (2008), seja em negócios voltados para a sustentabilidade, seja com empresas que pensem as questões de transporte alternativo, empreendimentos que tratem da inclusão social através da cultura, entre tantas outras possibilidades.

Particularmente na Europa e na América Latina, políticos e acadêmicos empregam o conceito de economia cultural ou o termo economia da cultura ao lidarem com aspectos econômicos da política cultural. Muitos artistas e intelectuais se sentem desconfortáveis com a ênfase dada aos aspectos de mercado no debate sobre as indústrias criativas e, conseqüentemente, sobre a economia criativa. O termo indústria cultural apareceu no período pós-guerra como uma crítica radical ao entretenimento de massa, feita por membros da escola Frankfurt.¹

Como estamos vendo, não existe uma definição exclusiva da economia criativa. Ela é um conceito subjetivo que tem sido moldado no decorrer desta década. Existe, contudo, uma convergência crescente de um grupo central de indústrias criativas e suas interações gerais, tanto em países individuais quanto no nível internacional.

Este trabalho adota a definição da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD)² para economia criativa, que se baseia em ativos criativos, que geram o desenvolvimento econômico em: estimular a geração de renda, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; aspectos econômicos, sociais e culturais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo; conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com dimensão de desenvolvimento e interligações transversais em macro e micro níveis para a economia em geral; opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares; e estar no foco das industriais criativas.

Assim, de acordo com o modelo adotado pelo UNCTAD, as indústrias criativas compreendem quatro grandes grupos – Patrimônio, Artes, Mídia e Criações funcionais –, tendo em conta as suas características distintas. Esses grupos são, por sua vez, divididos em nove subgrupos, conforme apresentado na Figura 1.

-
- 1 A escola Frankfurt foi liderada por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1947), seguidos imediatamente por escritores como Herbert Marcuse (1991), conforme Relatório de Economia Criativa, 2010.
 - 2 Referência feita à definição feita pelo Programa de Economia e Indústrias Criativas da UNCTAD, 2006.

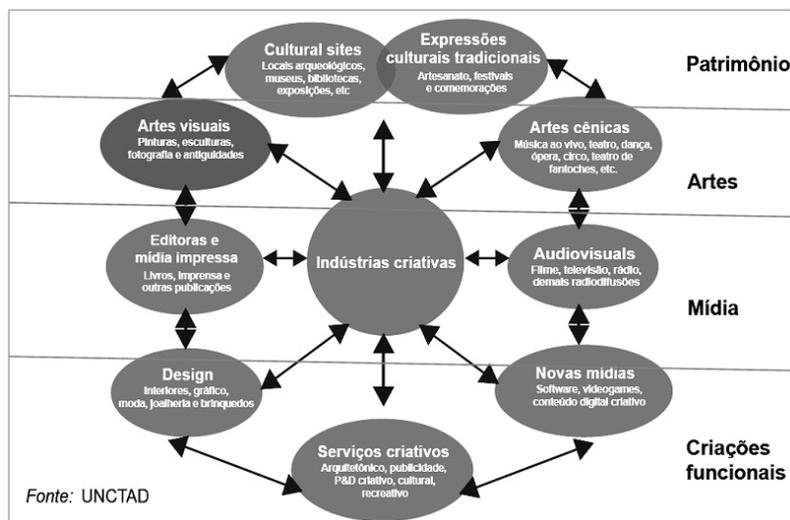


Figura 1 Quadro das áreas das Indústrias Criativas.

Fonte: Oliveira et al. (2013).

Conforme Reis (2008) é necessário ter planos para assegurar que os novos empreendimentos criativos possam acessar o capital de risco e que os mercados de capital de risco entendam as indústrias criativas. Também é necessário haver sinergias entre o setor criativo subsidiado e o comercial, de modo a promover as exportações da indústria criativa.

Outro aspecto considerado importante é identificar a distinção existente entre os setores econômicos tradicionais e os setores denominados como criativos. Os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social (REIS, 2008).

Assim, eventos musicais e teatrais, feiras de gastronomia e artesanato não estão isolados. Constituem-se em expressões culturais tradicionais, artes cênicas, audiovisuais, novas mídias, serviços criativos, design, editoras e mídia impressa, Artes visuais, sites culturais, entre outros. Para melhor ilustrar os conceitos apresentamos dois exemplos, bastante diferentes e representativos da pluralidade encontrada em economia criativa.

O festival PICNIC – Amsterdam/Holanda

Um modelo de empreendimento criativo surgiu em 2006, quando dois empreendedores holandeses visitaram o Vale do Silício e perceberam que a cidade de Amster-

dam também poderia ser um “hub” mundial de inovação e cocriação, conforme Reps (2015). Com a participação de pessoas de áreas diferentes, criaram o maior festival europeu de tecnologia, criatividade e entretenimento, com edições anuais, sempre em setembro, denominado de PICNIC. O termo deixou de significar um lanchinho ao ar livre sobre uma toalha quadriculada para ganhar uma nova simbologia: um grande encontro internacional de empreendedores criativos (Figura 2).

O PICNIC é uma iniciativa da Waag Society, em parceria com o governo da Holanda. Durante uma década foi o mais relevante festival de inovação, conhecimento e economia criativa da Europa. Sua ideia principal é ser o palco do pensamento disruptivo. Seja por meio do evento, da rede, do canal de comunicação e interação social.

O PICNIC é também uma plataforma europeia líder de inovação e criatividade. Ela funciona como uma incubadora e um acelerador para o jogo de mudança de ideias, conceitos, produtos e serviços. Através das atividades, abordam as megatendências atuais e exploram como aplicar a tecnologia de forma criativa, a fim de atender a negócios, sociais e ambientais desafios, conforme Reps (2015).

Durante o Festival PICNIC, várias atividades acontecem, tanto em cultura, música, quanto em debates, seminários, exposições, feira de produtos, entre outras. Em 2012, por exemplo, o evento ocorreu no Instituto de Cinema de olho em Amsterdã – Holanda, em 17 e 18 de setembro, sob a temática: “Nova propriedade: a mudança de cima para baixo para baixo para cima”. Os visitantes poderiam juntar-se aos dois projetos da instituição: Baixo custo de Prótese – qual é a experiência que é andar com uma prótese; e Fairphone – sessões de mineração urbana para descobrir o que está dentro dos celulares. As ações passaram a compor um banco de dados, oportunizando a divulgação da proposta, conforme Waag Society (2012).



Figura 2 Eventos PICNIC Amsterdam, 2011 a 2015.

Fonte: www.facebook.com/picnicfestival, <http://www.picniceverywhere.com/>.

Em 2016, a *Waag Society* abraça a ideia de trazer o PICNIC para a América do Sul e define o Rio de Janeiro como primeiro passo dessa nova fase. *Redesign growth* – Redesenhar o crescimento é o tema escolhido para essa edição do evento, que irá acontecer no período de 3 a 5 de novembro de 2016, no Parque Lage. Estarão reunidas mentes criativas e empreendedoras em torno de uma programação extensa e relevante: serão 30 conferências de curta duração, que servem de introdução ou reflexão sobre o tema do festival; 15 workshops ou labs, que aprofundam subtópicos específicos em sessões interativas, com o propósito de execução; 80 artistas, designers, programadores, desenvolvedores, hackers e makers participando do desafio do Hackers Camp, buscando soluções práticas para problemas reais; 24 start-ups brasileiras apresentando suas ideias e planos de negócios para investidores e parceiros potenciais. Soma-se a isso a primeira edição da *Maker Faire*[®] no Brasil, que fechará o festival PICNIC e será aberta ao público geral. E um dia inteiro de discussão sobre o papel das cidades na transformação do planeta. Espera-se do evento PICNIC no Brasil, a participação de empreendedores, executivos, artistas, makers, hackers, investidores, acadêmicos, profissionais representando governos, empresas, centros de pesquisa e inovação.

O encontro dos povos do grande sertão veredas

Desde 2002, a Prefeitura Municipal de Chapada Gaúcha realiza o evento “Encontro dos Povos do Grande Sertão Veredas” (EPGSV), idealizado pela Funatura. O evento reúne participantes de outros municípios, estados e até pessoas de outros países. Em meio aos festejos, são encontrados pessoas visitantes, pesquisadores e turistas. Durante todos os dias do evento, há também o comércio de produtos do artesanato e da gastronomia dos grupos, associações e cooperativas da região Vale do Urucuia. Já foram realizadas quinze edições anuais com diversas atividades culturais, educacionais, ambientais, como seminários, apresentações culturais artísticas e tradicionais, exposições, além do comércio de produtos da região.

É preciso esclarecer que esse evento é muito importante para os povos sertanejos e do semiárido. O município de Chapada Gaúcha, emancipado a partir de 1995, está bem localizado geopolítica e mercadologicamente. É uma cidade nova, planejada e plana. No entorno do município, estão localizadas duas Unidades de Conservação Estaduais – UCE. Há também o Parque Nacional Grande Sertão Veredas, que é uma das atrações turísticas na região, situado na divisa dos estados de Minas Gerais, Goiás e Bahia. Outro destaque é o Parque Estadual Serra das Araras e Reserva Estadual de Desenvolvimento Sustentável Veredas do Acari em Minas Gerais. Ou seja, é uma região que se destaca pela preservação do cerrado, em função dos parques nacional e estadual que, através das instituições e órgãos,

federais e estaduais, buscam a preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável com a participação das comunidades tradicionais da região, que congrega o noroeste de Minas Gerais, o sudeste de Goiás e o sudoeste da Bahia.



Figura 3 Esquerda: Mapa para localização do Município de Chapada Gaúcha e parques; direita acima: Parque Nacional Grande Sertão Veredas; direita abaixo: Parque Estadual Serra das Araras/MG.

Fontes: <http://www.algumsertao.com.br/>, <http://trilhastrilhas.com.br/>.

Em Chapada Gaúcha, residem os nativos e os imigrantes que, por questões de ocupação territorial, através do Projeto de Assentamento Dirigido a Serra das Araras – PADSA, fixaram-se e fundaram a Vila dos Gaúchos, conforme o Ibama/Funatura (2003). Os imigrantes da região, os gaúchos, carregaram as festas e as danças do Sul para os sertões. O tradicionalismo gaúcho é dominante e imponente, mantido pelos Centros de Tradições Gaúchas – CTG. Citando os nativos, além das comunidades indígenas, as populações tradicionais do Cerrado incluem quilombolas, geraizeiros, vazanteiros, sertanejos, ribeirinhos, chapadeiros, entre outros. Estes aprenderam a retirar do bioma local os recursos para alimentação, utensílios e artesanato. O Ministério do Meio Ambiente reconhece que estas comunidades aproveitam os recursos do bioma geralmente de forma racional, equilibrada e sem prejudicar significativamente os ecossistemas (MMA, 2004).

A convivência entre os povos encontra-se ainda desordenada, provocando alguns choques culturais entre os hábitos do Sul com os dos sertanejos na região. Configura-se um jogo de disputas dos rituais que despertam a autovalorização dos representantes. No livro *Grande Sertão: Veredas*, Guimarães Rosa narra os conflitos íntimos do personagem Riobaldo, a luta entre a tradição e o novo. Do mesmo modo, torna-se perceptível no cotidiano deste povo a afirmação do personagem: “o sertão é dentro da gente” (GUIMARAES ROSA, 1986).

Contudo, durante o evento Encontro dos Povos Grande Sertão Veredas, as diferenças culturais se dissolvem, e o respeito às tradições são mantidos entre todos. Identidade e território são conceitos que balizam a realização desse encontro. A respeito da construção do território, Teixeira (2006) diz que esta possibilidade advém do poder que os indivíduos exercem sobre um determinado espaço, tal como Sack (1986) define territorialidade: “A territorialidade está intimamente ligada ao modo como as pessoas utilizam a terra, como elas próprias se organizam no espaço e como elas dão significado ao lugar” (SACK, 1986, p. 31).

Desde a sua primeira edição, o EPGSV vem proporcionando, dentre outras atividades, a discussão de temas relevantes para a sociedade, dentre os quais destacam-se: a questão cultural e a questão ambiental sendo trabalhadas de forma integrada; o turismo sustentável; a valorização do patrimônio cultural e a geração de renda; homenagens a João Guimarães Rosa; o Parque Nacional Grande Sertão Veredas – valorizando o patrimônio cultural e natural do sertão; o patrimônio material e imaterial; as unidades de conservação e as comunidades tradicionais; o cerrado e a preservação das águas – veredas; enfim a cultura e o meio ambiente.

A partir da sua 5ª edição, o EPGSV deixou a categoria de abrangência municipal e passou a fazer parte do calendário das comunidades da região, abrangendo os municípios pertencentes ao Mosaico Sertão Veredas Peruaçu, conjunto de áreas protegidas existentes na região, passando a ser considerado de interesse público regional, conforme Adisc (2016).

O evento passou a atender também às escolas municipais e estaduais e as comunidades locais têm participação relevante na organização e realização do evento, com trabalhos de exposição, resgate e valorização da cultura tradicional do sertão. É importante ressaltar que nesses quinze anos do EPGSV são notáveis os resultados alcançados, em especial quanto ao resgate e à valorização de tradições culturais, a exemplo de grupos culturais que se apresentam com forte participação de crianças, jovens e idosos, sendo alguns grupos com a participação unicamente de crianças, como o grupo mirim de São Gonçalo, uma das danças tradicionais mais ricas da cultura religiosa.

São realizadas oficinas temáticas, que, em função das dificuldades de locomoção da população na região, dos precários meios de comunicação e escolas especializadas, buscam proporcionar aos participantes do evento minicursos de vários setores, educação, meio ambiente, agricultura, saúde, nutrição, produção rural, produtos artesanais, gestão de negócios, entre outros (ARTESOL, 2013), além da valorização do artesanato da região que já conquistou outras feiras e mantém clientela no Sudeste do país, como os produtos da Associação de Artesãos e Bordadeiras de Serra das Araras. O artesanato das comunidades se preserva através das técnicas tradicionais, de geração em geração. Em busca de soluções

ambientais, o artesanato nas comunidades se estabelece em inovações sob os métodos do design sustentável.

Na Figura 4, são apresentadas algumas imagens de edições do EPGSV de 2012 a 2016.



Figura 4 Encontro dos Povos Grande Sertão Veredas, 2012 a 2015.

Fonte: www.facebook.com/pages/Encontro-Dos-Povos-Do-Grande-Sertão-Veredas.

São observados nos produtos artesanais de associações no EPGSV técnicas e detalhes que valorizam a identidade e a qualidades. O encontro do design e do artesanato rompe os limites para atender ao propósito de sustentabilidade, em método criativo, inovador e provedor de soluções. Os recursos transversais do design excedem os domínios produtivos, tecnológicos e econômicos, conforme Mourão (2011). Deste modo, envolvem aspectos que visam o ser humano ético, social, cultural e ambiental, em um sistema de rede aprimorando a função do design, que veremos no tópico a seguir.

Design e artesanato

Em comunidades, é comum que a produção artesanal resulte na manufatura de produtos oriundos da cultura e tradições familiares. Dessa forma, é importante lembrar que o artesanato ocupa uma parcela significativa de pessoas marginalizadas do mercado de trabalho, por carência em qualificação, conforme IBGE (2010). A produção artesanal torna-se uma atividade resultante da habilidade,

destreza e dedicação. O artesanato também proporciona sentimento de orgulho e autoestima ao artesão, como estímulo para construção da cidadania.

Conforme Barroso (2001), produtos artesanais com maior qualidade percebida são geralmente feitos com diversos materiais, trabalhados por artesãos diferentes e especializados. Esta soma de materiais e técnicas permite uma maior exploração estética e funcional, tornando o produto único e singular. Desta forma, surgem novos consumidores em busca do valor cultural local, outros buscam a exclusividade ou a inovação. A observação atenta destes grupos pode gerar novas oportunidades a serem exploradas pelas unidades de produção artesanais, com maior dinamismo, criatividade e qualidade.

Borges (2011) apresenta modelos de soluções em produção artesanal com elementos que a autora julga indissociáveis do futuro e dos desafios do atual design brasileiro: sustentabilidade, da identidade e do valor da produção artesanal. Ela apresenta exemplos de como elementos da cultura brasileira podem ser transformados em produtos criativos muito valorizados no mundo inteiro. Relata que há um enorme interesse pelo design brasileiro, não pelo que é mera cópia ou inspiração, mas pelo que é original.

O design, muito além de atender somente ao processo de projeto de produtos ou serviços, tem sua aplicabilidade na sociedade e deve contribuir para melhorar a qualidade de vida. Papanek (1984) defende o conceito de que os designers e profissionais de criação podem causar mudanças positivas no mundo através de um bom design. Ou seja, o design com responsabilidade ambiental, social e econômica. Como responsável, o profissional deve saber escolher como projetar, qual material utilizar e como atender à demanda.

O design muitas vezes causa impacto imediato, pois proporciona a valorização do produto aos olhos do mercado. No entanto, as organizações de fomento ao setor, por vezes, para alcançar objetivos institucionais, atropelam importantes etapas do processo de intervenção que envolve diagnóstico e conhecimentos prévios, acerca do grupo e da tipologia a serem trabalhados, bem como análise e avaliação da melhor estratégia para valorização do produto. Os fatores mencionados, quando recorrentes, comprometem qualitativamente o resultado do trabalho, que muitas vezes não atende aos artesãos e suas instituições.

No que diz respeito à produção artesanal, o design oferece soluções que promovem a reflexão do cidadão sobre seus valores culturais e sociais, otimização de processos produtivos e entre outros, o sentimento de pertencimento. A concepção contemporânea de design amplia sua visão e atuação no âmbito social ultrapassando a relação design, produto, comunicação e mercado (Moraes, 2009) e redireciona suas “ações projetuais orientadas a modos de viver além de consumir e produzir, valorizando a experiência e as emoções de uso e apropriação de espaços, bens e serviços” (MANZINI; MERONI, 2007, p. 21).

Entre design e artesanato, deve-se compreender e utilizar processos de projeto sociais que podem contribuir para a melhoria dos meios de subsistência. Ao concentrar-se nas capacidades, em vez de renda, por exemplo, Sen (2000) sugere que o desenvolvimento dentro de vários aspectos sociais pode contribuir para o desenvolvimento geral. Ele relata que a pobreza é vista como privação de capacidades, e estas devem ser estimuladas para resolver os problemas sociais.

Ter uma estratégia baseada em inovação é preocupar-se em procurar a criação de uma estrutura de valor que incentive a competitividade e o crescimento sustentável, em que pese o risco inerente associado às inovações. A estratégia baseada na concorrência pelo tempo é uma alternativa quando a inovação se torna no meio de criar movimentações rápidas.

Análises picnic x encontro dos povos

O estudo analisou e comparou que existem possibilidades de geração de renda em empreendimentos criativos, nos eventos apresentados: PICNIC (Holanda) e Encontro dos Povos (Minas Gerais). Os eventos são exemplos bem-sucedidos com ações diversificadas pela cultura e pelo modelo em economia criativa. Ambos envolvem a comunidade e trazem, além das apresentações culturais, seminários, debates e novos estudos para soluções locais.

Ao considerar a importância do artesanato em comunidades de baixa renda, destaca-se que são produtos artesanais desenvolvidos integralmente pelos artesãos. Estes apresentam vínculo ao contexto cultura, aproveitando o despertar da comunidade quanto à utilização dos resíduos vegetais.

O respeito à diversidade possibilita a expansão de produtos diferenciados, inovadores e criativos. Cada comunidade não se interessa em copiar o trabalho da comunidade vizinha, mas observa a técnica e aprimora, criando novos produtos artesanais. Recordar-se ainda que “a pluralidade de etnias em processo harmonioso na formação da sociedade brasileira, favoreceu a maturação da sua própria multiculturalidade” (MORAES, 2008). O caminho do design brasileiro desponta na diversidade e não na unidade.

A força e a riqueza da constante renovação e criatividade podem contribuir para a estruturação da economia local. Assim, nascem outras formas de identificar o design, mais público associado aos valores culturais, de identidade e de domínio popular. Incidem sobre a expansão do design para outros aspectos, buscando qualificá-lo como processo criativo, inovador e provedor de soluções. Desta forma, comprava-se acréscimo do design na produção artesanal.

O PICNIC é um modelo que se expande pelo mundo e adaptado para outras áreas de interesse. O exemplo do Encontro dos Povos Grande Sertão Veredas valoriza, acima de tudo, o contexto da identidade e o território, seja na produção

cultural ou na produção artesanal. A diversidade na estruturação permite que seminários, feiras, encontros, música, shows e outros se encontrem em um mesmo espaço-tempo. O uso das redes sociais para divulgação é um ponto comum entre eles, oportunizando que os interessados se apropriem das atividades e dos resultados sociais.

Os caminhos

A pesquisa registrou modelos em diferentes áreas, destacando-se a inclusão na educação, na capacitação para o mercado de trabalho, na geração de produtos artesanais e produção de eventos, informações e experiências acumuladas pelos cidadãos, que estão proporcionando a geração de renda e possibilitando a criação de empreendimentos criativos.

As propriedades culturais e as questões locais são fatores importantes. Moraes (2008) esclarece que, para entender o paradigma brasileiro, com toda sua energia e pluralidade, é necessário refletir sobre as probabilidades para o design no mundo global. Os conflitos podem gerar tensão e confronto intrínseco de uma sociedade heterogênea, híbrida e plural, como também de grande diversidade cultural. É oportuno ressaltar que a falta de unicidade no design brasileiro não provém da falta de cultura, mas, ao contrário, do seu excesso (MORAES, 2008).

Assim, onde há remanescentes da cultura quilombolas, de tribos indígenas, de passagem de sertanejos ou de tantos outros que se firmaram no sertão das veredas, há também uma identidade multicultural. Compreende-se que a iniciativa de fazer um encontro dos povos residentes em Chapada Gaúcha, arredores e noroeste de Minas, região de sertão e veredas possibilita o diálogo e divulgação das tradições e das manifestações culturais entre todos envolvidos. É uma ferramenta de convívio social, importante para a vida dos povos e comunidades que se reúnem no evento, sejam ribeirinhos, sertanejos, chapadeiros, gaúchos, entre outros.

Ao considerar os empreendimentos criativos, como o exemplo do PICNIC, acredita-se que além do potencial criativo e das possibilidades territoriais de cada um deles obterem sucesso, o conhecimento dos setores e a profissionalização nas áreas foram os elementos importantes na estruturação. Não basta querer e ter boa vontade – em qualquer empreendimento, em quaisquer modelos de negócios, são necessários estudos e experiência para que as ideias alcancem a transversalidade.

Entre as análises, as indústrias criativas como os empreendimentos criativos podem ser empregados dentro de modelos de desenvolvimento distintos. Um bom estudo de modelo poderá contribuir para o desenvolvimento socioeconômico e para a geração de renda em comunidades que passam por necessidades ou locais mais carentes, em função da possibilidade de negócio por unidades menores, de baixos custos de ingresso. Espera-se flexibilidade e desenvolvimento tecnológico, possibilitando o

acesso ao mercado e à informação. Entretanto, é importante ressaltar que, para que essa estratégia funcione, o poder público e os órgãos financiadores devem apoiar e incentivar o investimento, tanto interno quanto externo, nesses empreendimentos. A comunidade deve participar de forma efetiva na construção de políticas públicas que permitam um maior e mais efetivo alcance dos empreendimentos criativos.

Referências

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO LOCAL, INTEGRADO E SUSTENTÁVEL DE CHAPADA GAÚCHA/MG – ADISC. **Encontro dos Povos, um grande sucesso!** Postado em: 26 jun. 2016. Disponível em: <<http://agenciaadisc.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 6 mai. 2016.

ARTESANATO SOLIDÁRIO – ARTESOL. **Encontro dos Povos Grande Sertão Veredas.** Postado em: 3 jul. 2013. Disponível em: <<http://artesol.org.br/2013/07/03/xii-encontro-dos-povos-do-grande-sertao-veredas-cerrado-caminho-das-aguas/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

BARROSO NETO, E. **Apostila o que é o artesanato.** 2001. Disponível em <www.eduardobarroso.com.br/Artesanato_%20mod1.pdf>. Acesso em: 6 mai. 2016.

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

BRASIL. Ministério da Cultura. **As metas do Plano Nacional de Cultura.** 3. ed., out. 2013. Disponível em:< http://pnc.culturadigital.br/wp-content/uploads/2013/12/As-metas-do-Plano-Nacional-de-Cultura_3%C2%AA-ed_espelhado_3.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.

_____. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações,** 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

_____. **Relatório de Economia Criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento.** Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.

CASTRO, M. **Empreendedorismo Criativo: Como a nova geração de empreendedores brasileiros está revolucionando a forma de pensar conhecimento, criativo/inovação.** São Paulo: Portfólio-Pinguim, 2014.

- ENCONTRO DOS POVOS DO GRANDE SERTÃO VEREDAS. Disponível em: <www.facebook.com/pages/Encontro-Dos-Povos-Do-Grande-Sertão-Veredas>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- FURTADO, C. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- GUIMARÃES ROSA, J. **Grande sertão: Veredas**. 20. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.
- IBAMA/FUNATURA. **Plano de manejo do Parque Nacional Grande Sertão Veredas**. Brasília: MMA, jul. 2003.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/>> Acesso em: 20 maio 2016.
- LEITÃO, C. O que é Economia Criativa? In PRATA, I. (Org.). **Encontro de Economia Criativa na Escola São Paulo**. Escola São Paulo, 16 set. 2011. Disponível em: <<http://www.escolasaopaulo.org/encontros-de-educacao-e-economia-criativa-1/encontro-de-economia-criativa>>. Acesso em: 16 jul. 2016.
- MANZINI, E.; MERONI, A. Emerging user demands for sustainable solutions, EMUDE. In MICHAEL, R. (Ed.). **Design research now: essays and selected projects**. Basel: Birkhäuser, 2007. p. 157-179.
- MORAES, D. **Design e multiculturalismo**. Organização Dijon De Moraes, Belo Horizonte, Santa Clara: Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design. UEMG, 2008.
- MOURÃO, N. M. **Sustentabilidade na produção artesanal com resíduos vegetais: uma aplicação prática de design sistêmico no Cerrado Mineiro**. 2011. Dissertação (Mestrado em Design, Inovação e Sustentabilidade) – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.
- OLIVEIRA, J. M.; ARAUJO, B. C.; SILVA, L. V. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Texto para discussão. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1880.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.

- PAPANEK, V. **Design for the real world**. Completely Revised Second Edition. Chicago: Academy Chicago Publishers, 1984.
- PICNIC EVERYWHERE. Disponível em: <<http://www.picnic everywhere.com/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- PICNIC FESTIVAL. Disponível em: <www.facebook.com/picnicfestival>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- PICNIC WEBSITE. **Picnic Festival, Amsterdam, 2011**. Disponível em: <2011<http://www.picniccompany.nl/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- REIS, A. C. F. (Org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- REPS, R. **Brasil vai receber o PICNIC, um dos maiores eventos de empreendedores criativos do mundo**. Postado em: 10 ago. 2015. Disponível em: <<https://www.napratica.org.br/brasil-vai-receber-o-picnic-um-dos-maiores-eventos-de-empresarios-criativos-do-mundo/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- SANTOS, B. S. **Sociologia das ausências: sociologia das emergências**. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- SEBRAE NACIONAL. **A história e o trabalho de artesãs brasileiras ganham exposição na ONU**. Postado em: 27 nov. 2015. Disponível em: <<https://www.napratica.org.br/brasil-vai-receber-o-picnic-um-dos-maiores-eventos-de-empresarios-criativos-do-mundo/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia da Letras, 2000.
- CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO – UNCTAD. **Fortalecimento das Indústrias Criativas em cinco Países selecionados de África, Caraíbas e Pacífico através do Emprego e Expansão do Comércio, 2011**. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20092_pt.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- WAAG SOCIETY – INSTITUTE FOR ART, SCIENCE AND TECHNOLOGY. **PICNIC Festival**. 2012. Disponível em: <<https://waag.org/en/project/picnic-festival>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

YOUNG FOUNDATION. **Social Silicon Valleys: A Manifesto for Social Innovation**. London: The Basingstoke Press, 2006. Disponível em: <<http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2013/04/Social-Silicon-Valleys-March-2006.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

Seção 5
Design e Território

