FAUUSP
Departamento de Tecnologia da Arquitetura
Disciplina AUT 2503 - Design, cultura e materialidade

Design, cultura material e identidade:
conceitos e estudos de caso.

Docentes responsáveis:

Profa. Dra. Cyntia Santos Malaguti de Sousa

Prof. Dr. Tomás Queiroz Ferreira Barata

“Dentre as múltiplas oportunidades que o **patrimônio natural** oferece, destacam-se o manejo florestal, a biomassa, a água e os minérios; mas é a **biodiversidade** que se configura como a de maior possibilidade para **gerar riqueza** e **inclusão social** sem destruir a natureza e abrangendo toda a escala regional, inclusive as populações que habitam as extensões florestais”.

Becker (2004)

https://www.gov.br/icmbio/pt-br

"Os **produtos da sociobiodiversidade** estão diretamente relacionados com a manutenção e a valorização de **práticas** e **saberes das comunidades**, e com a qualidade de vida e do ambiente".

Krucken 2009

Valor da biodiversidade

proposta por Cannata e Marino (2000):

Ecológica - relacionada com o papel e o funcionamento do ecossistema, com a sua produtividade, a sua resistência e a capacidade de recuperação;

Econômica - relacionada com o valor de uso e com os valores de herança; e

Ética e cultural - relacionada com o valor de existência e de patrimônio cultural da humanidade.

Fotos (arquivo):
Divulgação Prefeitura Municipal de Bertioga

Patrimônio de bens culturais e inventário cultural

Patrimônio Imaterial são as **práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas** – assim como os **objetos, artefatos e espaços culturais** que lhes são associados – que as **comunidades**, os **grupos** e, em alguns casos, **indivíduos** reconhecem como fazendo parte integrante de seu patrimônio cultural.

Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Imaterial, de 2003

Fotos (arquivo):
Divulgação Prefeitura Municipal de Bertioga

arquivo):
ação Prefeitura Municipal de Bertioga

Patrimônio cultural imaterial

...pode ser **transmitido de geração em geração** – e é **constantemente recriado pelas comunidades** em função de seu **entorno**, de sua **interação com a natureza** e sua **história.**

Fornece um sentimento de **identidade e de continuidade**, contribuindo assim a promover o respeito pela **diversidade cultural** e a **criatividade humana.**

(Gallois, 2006)

A qualidade como resultado do capital territorial

A qualidade de um produto tem que ser considerada de forma ampla, envolvendo o território, os recursos utilizados e a comunidade.

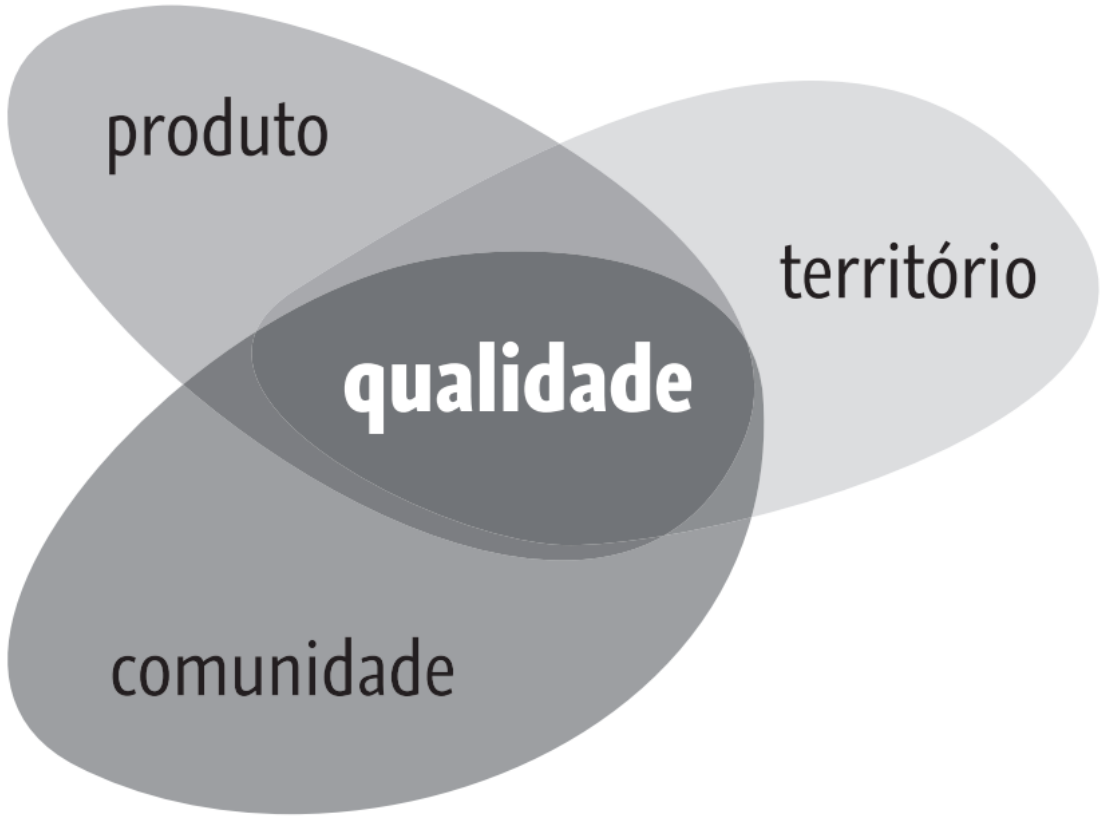


FIGURA 3.
A qualidade é resultado da ligação de território, comunidade e produto.

Krucken 2009

Valorizando produtos, territórios e identidades

Um produto pode carregar em si um conjunto de elementos combinados, que determinam sua essência e sua personalidade.

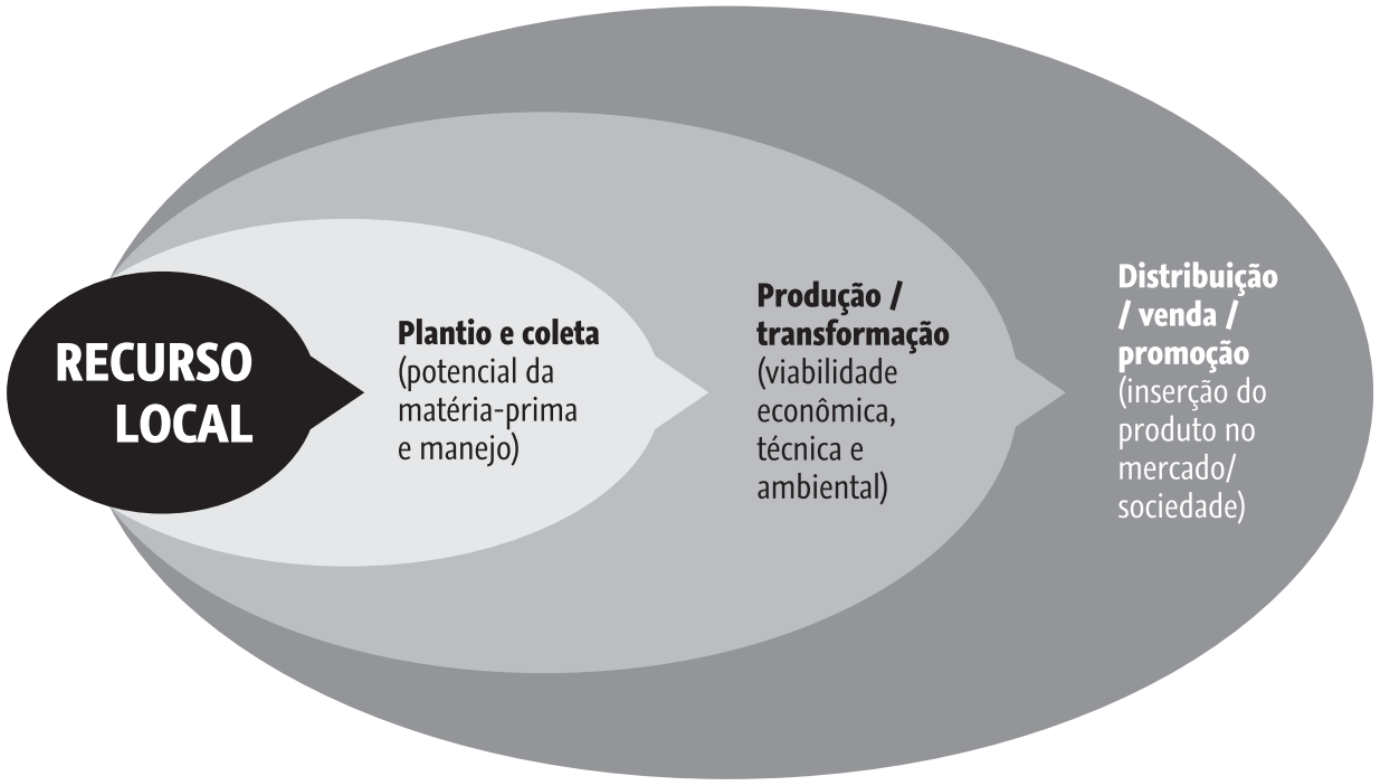
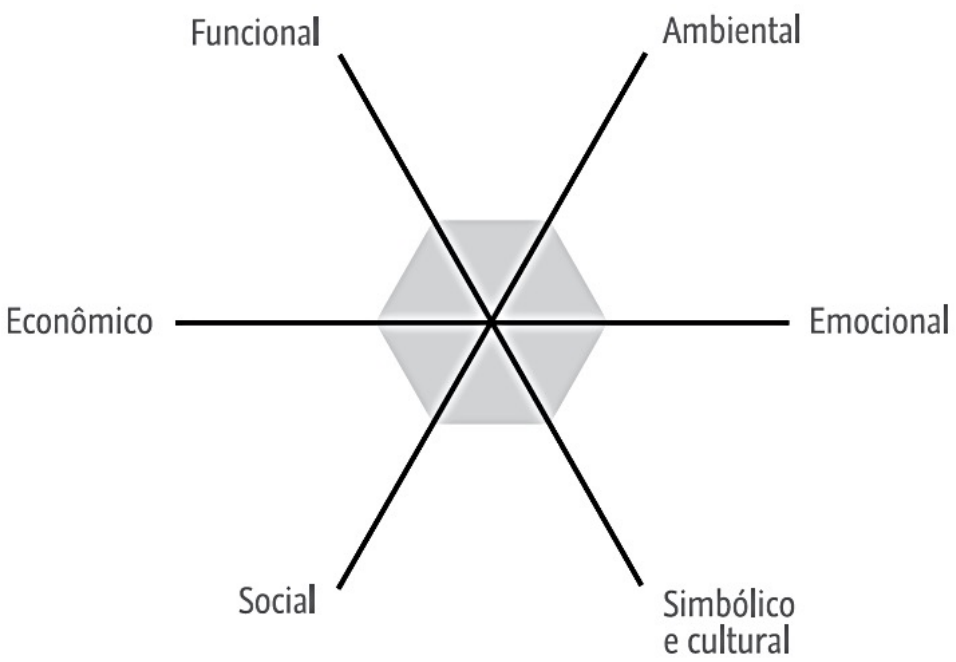


FIGURA 14. Mapa para análise sistêmica do potencial de um recurso local.

Krucken 2009

Construindo a qualidade de um produto ou serviço



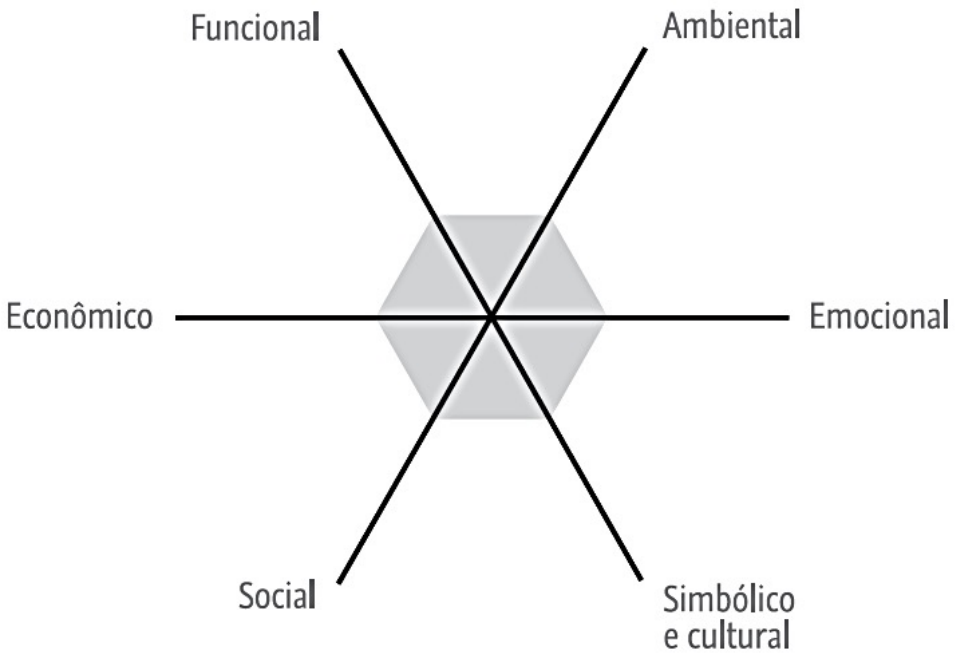
“Estrela de valor”: Dimensões de valor de produtos e serviços.
Fonte: Krucken (2009).

Valor simbólico e cultural – profundamente relacionado às outras dimensões da qualidade –, relaciona-se à importância do produto nos sistemas de produção e de consumo, das tradições e dos rituais relacionados, dos mitos e dos significados espirituais, da origem histórica.

Valor social – relaciona-se aos aspectos sociais que permeiam os processos de produção, comercialização e consumo dos produtos (ex.: repartição equitativa dos benefícios, inclusão, qualidade das relações, bem-estar, reconhecimento).

Valor econômico – de caráter objetivo –, baseia-se na relação custo/benefício em termos monetários.

Construindo a qualidade de um produto ou serviço



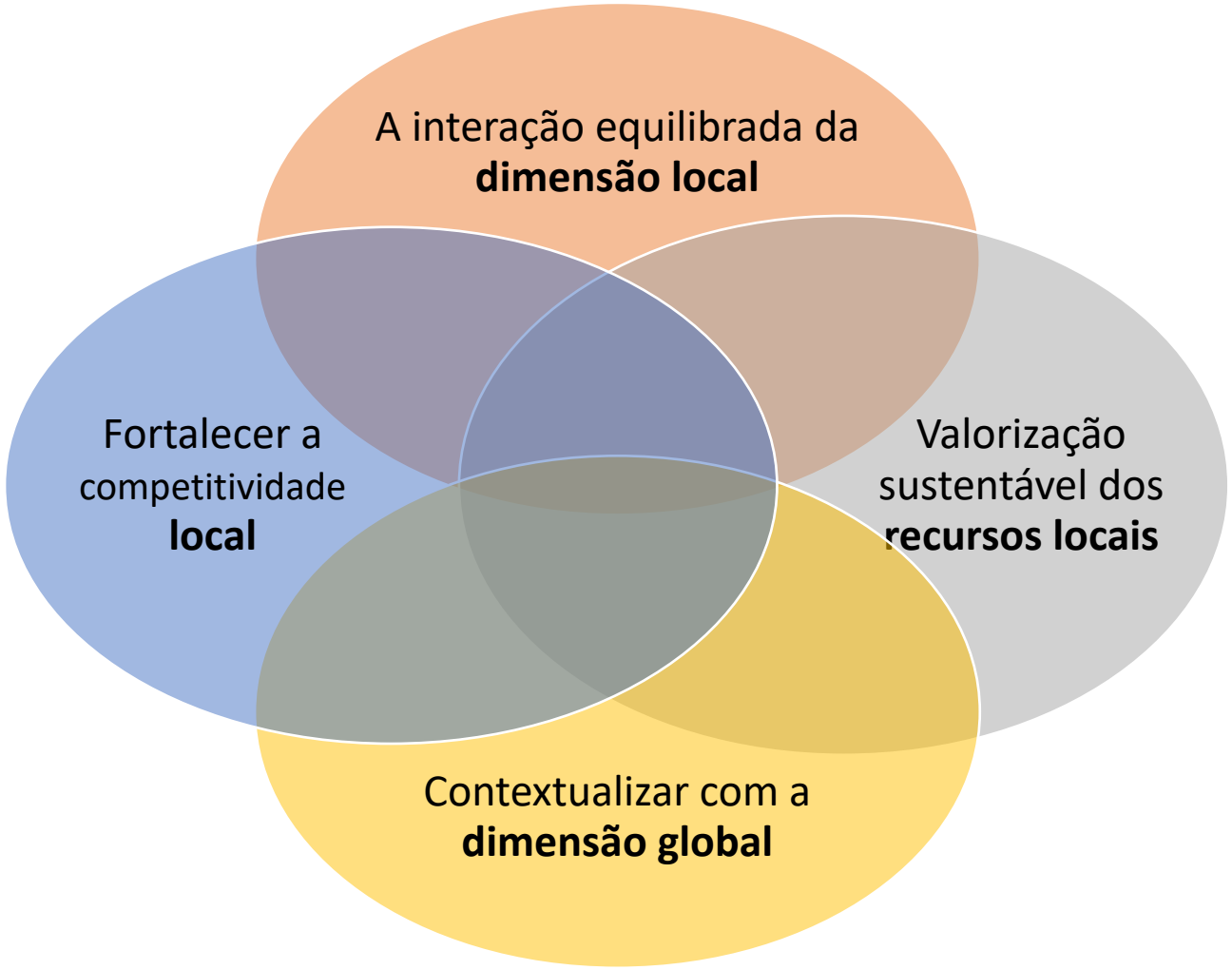
“Estrela de valor”: Dimensões de valor de produtos e serviços.
Fonte: Krucken (2009).

Valor funcional ou utilitário – mensurado por atributos objetivos – caracteriza-se pela “adequação ao uso.

Valor ambiental – vinculado principalmente à prestação de serviços ambientais por meio do uso sustentável dos recursos naturais como as florestas.

Valor emocional – de caráter subjetivo –, incorpora otivações afetivas ligadas às percepções sensoriais que compreendem componentes táteis, visíveis, olfativos e gustativos e o sentimento relacionado à compra e ao consumo/utilização do produto.

Como o design pode valorizar os produtos, territórios e as identidades locais?



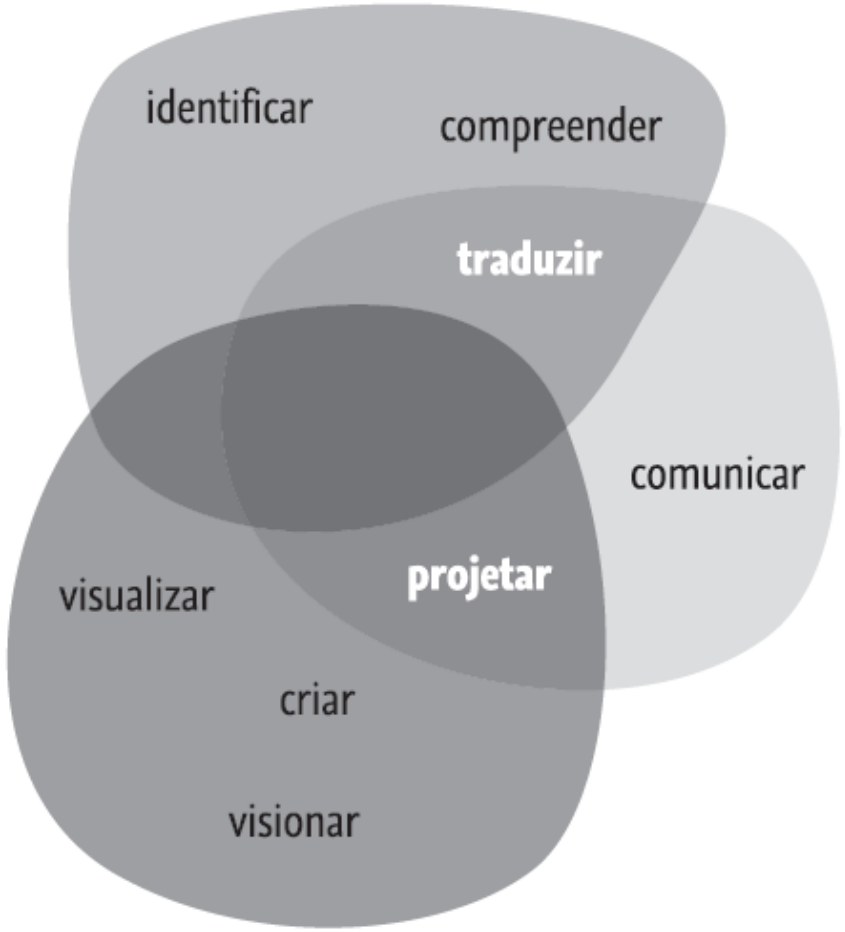
A força do design: do contexto local à dimensão global

O **design** pode favorecer o uso dos **recursos** e **as potencialidades locais**, atendendo a necessidades de usuários situados em **contextos específicos**, e, simultaneamente, pode-se promover a integração das comunidades e das diversidades, **incorporando os benefícios dos avanços tecnológicos** e **ativando diálogos e redes locais e globais.**

Kruken (2009)

O design pode ser uma ferramenta de mediação entre as dimensões imateriais (imagens e ideias) **e materiais** (artefatos físicos).

FIGURA 6.
Ações e resultados relacionados com a atividade de design.



produtos

serviços

possibilidades de combinação entre produtos e serviços

materiais de comunicação

estrutura de suporte aos produtos

representações do conhecimento (mapas, gráficos)

novas formas de compreender o contexto

cenários

Design Participativo

Adoção de autoria coletiva do projeto, um método de **"projetar com"**, como aponta Thackara (2005), pode resultar em **novos produtos e serviços** para as comunidades.

Perspectiva sistêmica do projeto

Características do contexto	Complexidade e incerteza
Características do projeto	Dinâmico, aberto a novos eventos
Foco	Sistemas de produtos e serviços
Valores	Diversidade, flexibilidade, sustentabilidade, conectividade, interatividade
Autoria do projeto	Distribuída ou coletiva
Papel do usuário	Ator que coproduz valor e faz parte da inovação
Papel do designer	Facilitar e apoiar a colaboração e o desenvolvimento de inovações coletivas e sistêmicas
Competências necessárias	Interlocução, capacidade de análise simbólica, capacidade de desenvolver relações transversais na sociedade, habilidade de escuta e de ação em diferentes contextos, capacidade de integração de conhecimentos de diversas áreas

QUADRO 2: Perspectiva sistêmica do projeto e o papel do designer.

Desenvolvendo projetos de valorização de produtos e territórios

FIGURA 27.
Ações essenciais
para promover
produtos e
territórios.

Mapeando potencialidades e dificuldades na valorização de produtos e territórios

8 etapas que podem orientar ações e estratégias de inovação que potencializem o desenvolvimento econômico e social, respeitando a cultura e as tradições locais.

1 RECONHECER

as qualidades do produto e do território

Questões-chave:

Quais recursos e produtos do território estão fortemente associados a sua história, economia e cultura?

Quais são as características essenciais e “únicas” desses recursos e produtos?

1 RECONHECER

as qualidades do produto e do território

Questões-chave:

Quais são os elementos apreciados por moradores e visitantes (paisagem, arquitetura, economia, estilos de vida, folclore, história, música, pintura, produtos locais, línguas)?

Quais são os principais marcadores de identidade do território?

2 ATIVAR

as competências situadas no território

Questões-chave:

Quais são os pontos fortes e os pontos fracos do território, em relação às competências e à infraestrutura existentes?

Existe um clima favorável para o desenvolvimento de redes de colaboração e para inovação?

2 ATIVAR

as competências situadas no território

Questões-chave:

Quais são as necessidades de capacitação dos atores do território?

Como promover oportunidades de sinergia dos atores no território?

3 COMUNICAR

o produto e o território

Questões-chave:

O produto é bem aceito no mercado?

É necessário redesenhá-lo ou mudar de mercado para que o seu valor seja potencializado?

4 PROTEGER

a identidade local e o patrimônio material e imaterial

Questões-chave:

Qual é o nível de percepção da identidade do território?

As pessoas sentem orgulho de fazer parte dele?

4. PROTEGER

a identidade local e o patrimônio material e imaterial

Questões-chave:

O patrimônio material é preservado? Como é utilizado pela comunidade?

O patrimônio imaterial é preservado? Quais modos de produção e rituais específicos do território?

5 APOIAR a produção local

Questões-chave:

Qual o perfil do consumidor dos produtos?

Quais são os possíveis impactos da promoção do território?

Quais são as formas de intermediação mais favoráveis para comercializar e distribuir os produtos?

5 APOIAR

a produção local

Questões-chave:

Quais são as estratégias, instrumentos e atores que podem dar visibilidade ao território?

Existem possibilidades de cooperação com outros territórios para a transferência de tecnologia e de conhecimento?

6 PROMOVER

sistemas de produção e de consumo sustentáveis

Questões-chave:

Caso a produção do território seja ampliada, existe suporte para que os recursos sejam explorados de forma sustentável e se mantenha a qualidade do produto e dos processos de produção?

É possível estabelecer relações de confiança entre os produtores e os consumidores?

7 DESENVOLVER

novos produtos e serviços que respeitem a vocação e valorizem o território

Questões-chave:

Quais são as vocações do território?

O território é facilmente acessível para visitação?

7 DESENVOLVER

novos produtos e serviços que respeitem a vocação e valorizem o território

Questões-chave:

Existem estruturas e serviços de qualidade para receber turistas?

Quais novos produtos e serviços podem ser desenvolvidos a partir dos recursos e das competências do território?

8 CONSOLIDAR

redes no território

Questões-chave:

Os produtos são facilmente acessíveis aos consumidores?

Quais redes podem ser fortalecidas ou desenvolvidas a partir dos recursos e das competências do território?

8 CONSOLIDAR

redes no território

Questões-chave:

Em que nível as possibilidades tecnológicas em relação ao desenvolvimento de redes e comunicação são exploradas?

Existem ações para promover a conectividade do território?

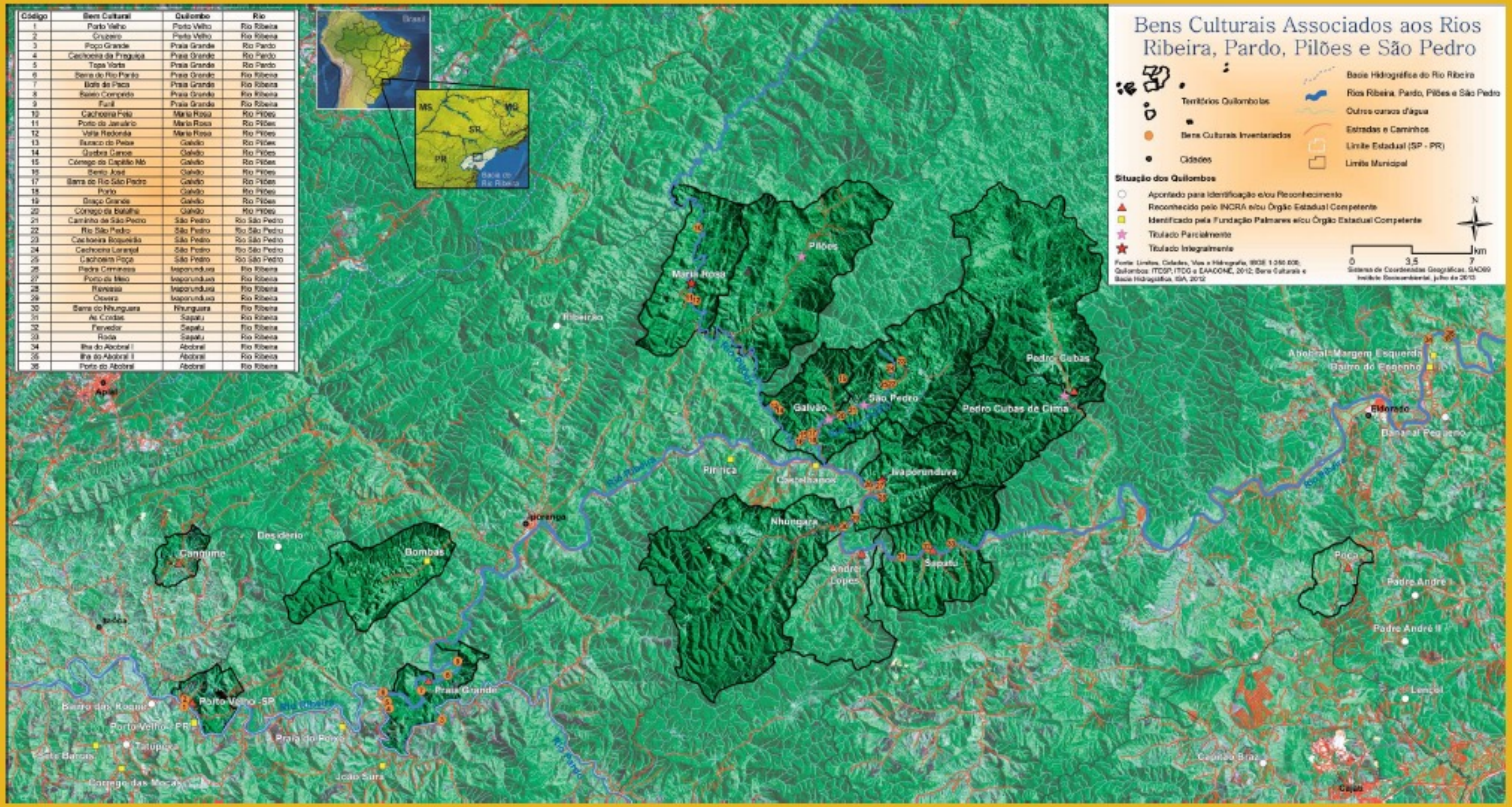
Formas de expressão da cultura quilombola no Estado de São Paulo

INVENTÁRIO CULTURAL DE QUILOMBOS DO VALE DO RIBEIRA

INVENTÁRIO CULTURAL DE QUILOMBOS DO VALE DO RIBEIRA

Celebrações

Lugares & Edificações

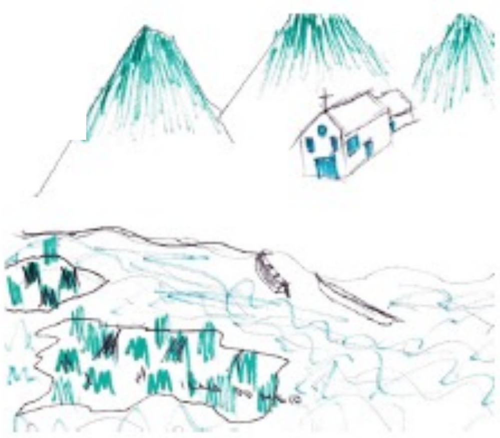


Código	Bem Cultural	Quilombo	Rio
1	Porto Velho	Porto Velho	Rio Ribeira
2	Cruzeiro	Porto Velho	Rio Ribeira
3	Poço Grande	Praia Grande	Rio Pardo
4	Cachoeira da Preguiça	Praia Grande	Rio Pardo
5	Topa Vorta	Praia Grande	Rio Pardo
6	Barra do Rio Pardo	Praia Grande	Rio Ribeira
7	Baía da Paca	Praia Grande	Rio Ribeira
8	Baixio Comprido	Praia Grande	Rio Ribeira
9	Funil	Praia Grande	Rio Ribeira
10	Cachoeira Feio	Maria Rosa	Rio Pilões
11	Porto do Januário	Maria Rosa	Rio Pilões
12	Volta Redonda	Maria Rosa	Rio Pilões
13	Buraco do Peixe	Galvão	Rio Pilões
14	Quebra Canoa	Galvão	Rio Pilões
15	Córrego do Capitão Nô	Galvão	Rio Pilões
16	Bento José	Galvão	Rio Pilões
17	Barra do Rio São Pedro	Galvão	Rio Pilões
18	Porto	Galvão	Rio Pilões
19	Braço Grande	Galvão	Rio Pilões
20	Córrego da Batalha	Galvão	Rio Pilões
21	Caminho de São Pedro	São Pedro	Rio São Pedro
22	Rio São Pedro	São Pedro	Rio São Pedro
23	Cachoeira Roqueirão	São Pedro	Rio São Pedro
24	Cachoeira Laranjal	São Pedro	Rio São Pedro
25	Cachoeira Poça	São Pedro	Rio São Pedro
26	Pedra Criminosa	Ivaporunduva	Rio Ribeira
27	Porto do Meio	Ivaporunduva	Rio Ribeira
28	Revessa	Ivaporunduva	Rio Ribeira
29	Ospera	Ivaporunduva	Rio Ribeira
30	Barra do Nhunguara	Nhunguara	Rio Ribeira
31	As Cordas	Sapatu	Rio Ribeira
32	Fervedor	Sapatu	Rio Ribeira
33	Roda	Sapatu	Rio Ribeira
34	Ilha do Abobral I	Abobral	Rio Ribeira
35	Ilha do Abobral II	Abobral	Rio Ribeira
36	Porto do Abobral	Abobral	Rio Ribeira

Fonte: Limites, Cidades, Vias e Hidrografia, IBGE 1:250.000; Quilombos: ITESP, ITCG e EAACONE, 2012; Bens Culturais e Bacia Hidrográfica, ISA, 2012

Sistema de Coordenadas Geográficas, SAD69
Instituto Socioambiental, julho de 2013

INVENTÁRIO CULTURAL DE QUILOMBOS DO VALE DO RIBEIRA



Igreja e praça central do Quilombo Ivaporunduva. © Felipe Leal/ISA, 2012

INVENTÁRIO CULTURAL DE QUILOMBOS DO VALE DO RIBEIRA

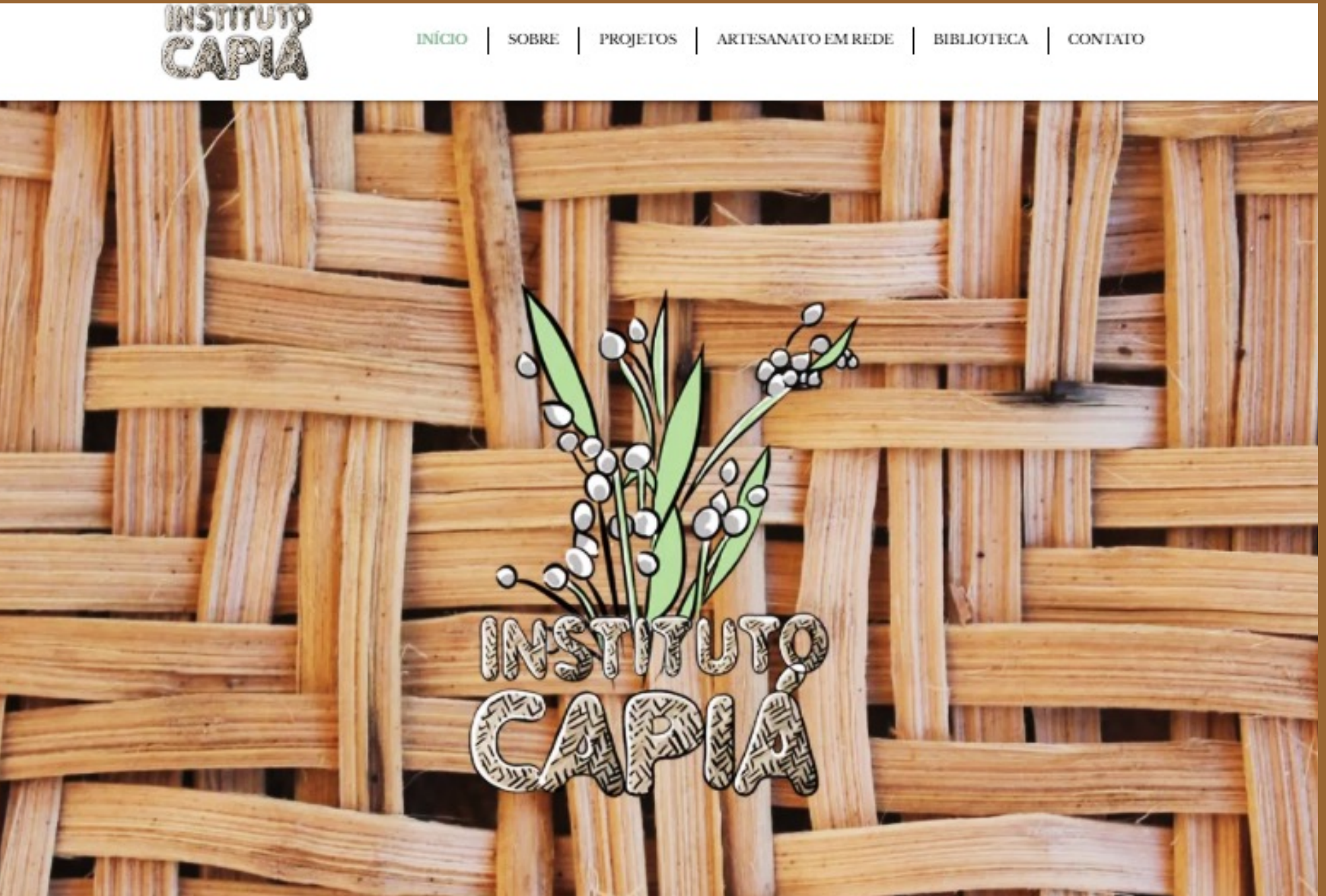
Ofícios e Modo de Fazer

Fotos: © Raul Camilo do Valle, 2013; Felipe Leal/ISA, 2007

Peças produzidas por Oscar Santos Maciel, Quilombo Cangume. © Anna Maria Andrade/ISA, 2010

Artesanato produzido no Quilombo Sapatu. © Felipe Leal/ISA, 2008

Quilombo da itamambuca, Ubatuba



O **Instituto Capiá** é uma organização de caráter educativo, cultural, social e ambiental que tem como propósito realizar ações educativas de valorização e estímulo à continuidade dos saberes e fazeres dos povos tradicionais e promover a troca entre mestres e mestras da sabedoria popular e a atual geração.

QUILOMBO DA ITAMAMBUCA

Dito - Benedito Domingos Leite

Artesanatos: Balaio, cesto, peneira e samburá

Matérias Primas: Cipó imbé, cipó timupeva e taquara

Como Comprar:
(12) 98813-4705 Fale pelo WhatsApp
(12) 97402-7691 Fale pelo WhatsApp

Redes Sociais: FACEBOOK

Os artesanatos também podem ser encontrados em sua casa na Rua Correia Mercúrio, nº 200

https://www.institutocapia.org/quilombo-da-itamambuca

QUILOMBO DA FAZENDA

Fiica - Carmem Maria de Assunção

Artesanatos: Bolsa, fruteira, descanso de panela, balaio, fieira de peixe e galinha

Matérias Primas: Taboa, cipó timupeva, cipó imbé e tecido

Como Comprar: (12) 99724-8016

Os artesanatos também podem ser encontrados na Casa de Artesanato Comunitária do Quilombo da Fazenda

https://www.institutocapia.org/artesanatorede-quilombo-da-fazenda

CAMBURI

Alcides Alves Jorge

Artesanatos: Balaio, samburá, luminária, cesto, descanso de panela, tapete, esteira, chinelo, chapéu, fruteira, bolsa, cóvo e quiçamba

Matérias Primas: Taquaras, cipó timupeva, cipó imbé e taboa

Como Comprar:
(12) 99727-8237 Fale pelo WhatsApp
(12) 99665-0791

Os artesanatos também podem ser encontrados na Praça Nobrega, 54, Ubatuba/SP

https://www.institutocapia.org/camburi

CAMBURI

Badeco - Manoel Benedito Lopes

Artesanatos: Cestos, tipiti, luminária, balaio, cestos com tampa, peneira, sambura e fruteira

Matérias Primas: Taquaras, cipó imbé e cipó timupeva

Como Comprar:

Os artesanatos também podem ser encontrados em sua casa, na Rua Benedito dos Santos, n° 25

https://www.institutocapia.org/camburi

CAMBURI

Max - Maximiano Firmino Soares

Artesanatos: Canoa, remo, pá, tipiti, pilão, samburá, gamela, canoa decorativa e entalhes diversos

Matérias Primas: Madeiras, taquaras, cipó imbé e cipó timupeva

Como Comprar:
(24) 99918-3336 Fale pelo WhatsApp
(12) 99797-5195 Fale pelo WhatsApp

https://www.institutocapia.org/camburi

CAMBURI

Zé Cobra - José Firmino Soares

Artesanatos: Balaio, samburá, cesto, cóvo, canoa, barco decorativo, canoa decorativa, tartaruga, passarinhos, fieira de peixe, canoa, remo, decoração em prendedor de roupa, colher de pau, gamela e pilão

Matérias Primas: Cipó imbé, cipó timupeva, taquaras e madeira

Como Comprar:
(24) 99936-4725 Fale pelo WhatsApp

Redes Sociais: FACEBOOK

Os artesanatos também podem ser encontrados em sua loja, em frente ao campo de futebol da praia do Camburi

https://www.institutocapia.org/camburi

QUILOMBO DA CAÇANDOCA

Diô - Dionísia Gabriel de Oliveira

Artesanatos: Colares, brincos, pulseiras, potes decorados, bolsas, fuxico e toalha

Matérias Primas: Conchas, escama de peixe, miçanga, contas, búzios, tecido, cetim e juta

Como Comprar:
(13) 99610-6569 Fale pelo WhatsApp
(12) 99678-2720

Redes Sociais: FACEBOOK

QUILOMBO DA CAÇANDOCA

Samara Souza da Silva

Artesanatos: Boneca de fuxico, presilha de cabelo de fuxico, amigurumi, jogo americano, pulseiras de macramê, boneca Abayomi, brincos, colares, chaveiros, bonecas, enfeites diversos, mandalas de crochê e chapéu

Matérias Primas: Feltros, tecidos, conchas, sementes, cipó timupeva, cipó imbé e bambu

Como Comprar:
(12) 99664-4911 Fale pelo WhatsApp

Redes Sociais: FACEBOOK - INSTAGRAM

Obrigado