

Roteiro da atividade 2: Design, cultura material, identidade e território

Design, cultura material, identidade e território – a madeira de poda no fortalecimento do artesanato de Bertioga.

1. Referências teóricas

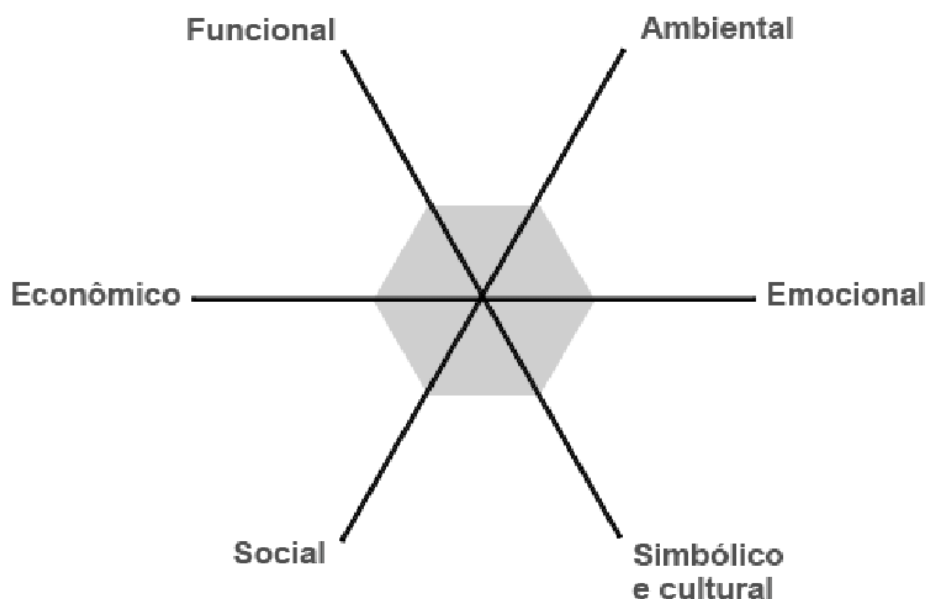
- Design e território; cultura material; inovação social; os artesãos e o artesanato contemporâneo no Brasil e em São Paulo

2. Descrição do contexto

- O território de Bertioga: (1) história, (2) aspectos ambientais (inclusive a arborização urbana e os serviços de poda e remoção), (3) aspectos socioeconômicos, (4) hábitos, costumes, aspectos e manifestações culturais; (5) os grupos artesãos de Bertioga - materiais, técnicas e inspiração, características identitárias, mercado de consumo.

3. Problemática

- A estrela de valor do artesanato local;



- pontos fortes; pontos fracos;
- oportunidades identificadas e justificativa

4. Desenvolvimento – pesquisa, requisitos e partido projetual

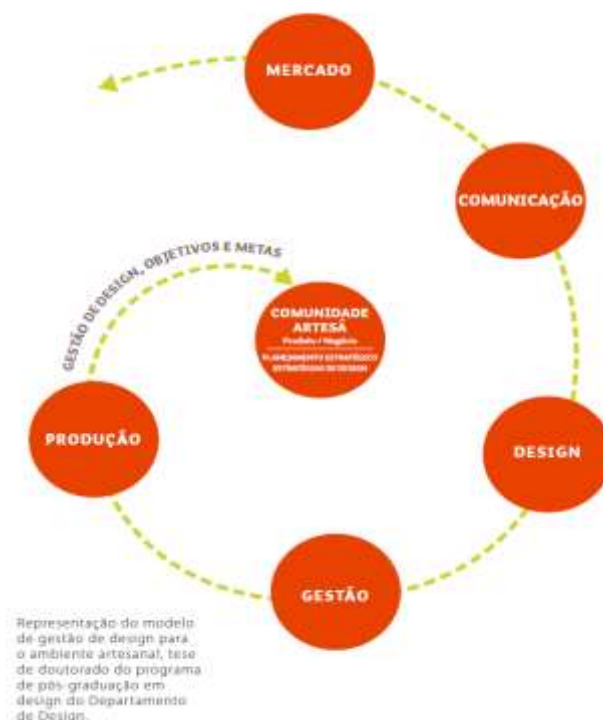
Sugestões de métodos/referências:

4.1 Modelo de atuação em ambientes artesanais do Laboratório O Imaginário (UFPE) -

https://www.oimaginario.com.br/files/ugd/92e499_f8ca93c1fffa45c79b80e88d14b0f909.pdf (p.41-44).

5 eixos que auxiliam no reconhecimento e na solução de problemas na direção do objetivo maior, que é a autonomia e a sustentabilidade da comunidade artesã:

- **Gestão:** visa a articulação, a formação e o fortalecimento de grupos, incentivando a construção de acordos coletivos e a busca pela autonomia.
- **Produção:** otimização dos processos produtivos, a melhoria das condições de trabalho e o uso sustentável dos recursos naturais.
- **Design:** criação a partir do reconhecimento das tradições, habilidades dos artesãos e do uso adequado dos materiais. Trabalho colaborativo entre designer e artesão.
- **Comunicação:** construção de identidade visual que reafirma a história, a cultura e o sentimento de pertencimento do grupo, imprimindo um selo de origem e qualidade ao que é produzido pela comunidade
- **Mercado/comercialização:** Direcionar a produção das comunidades para segmentos específicos do mercado capazes de reconhecer e pagar pelo valor agregado ao produto, garantindo uma remuneração justa e a continuidade da atividade.



4.2 Inventários participativos

Inventariar é um modo de pesquisar, coletar e organizar informações sobre algo que se quer conhecer melhor. Nessa atividade, é necessário um olhar voltado aos espaços da vida, buscando identificar as referências culturais que formam o patrimônio do local. (...) não tem a pretensão de servir de instrumento de identificação e reconhecimento oficial de patrimônio, nem substituir as atuais ferramentas utilizadas nos processos de proteção dos órgãos de preservação do patrimônio de qualquer esfera de governo, mas sim servir como exercício de cidadania e participação social, onde os seus resultados possam contribuir para o aprimoramento do papel do Estado na preservação e valorização das referências culturais brasileiras, assim como servir de fonte de estudos e experiências no contínuo processo de aprendizado.

. Fazendo o inventário, é possível descobrir e documentar o repertório de referências culturais que constituem o patrimônio da comunidade, do território em que ela se insere e dos grupos que fazem parte dela.

http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/inventariodopatrimonio_15x21web.pdf (IPHAN, p.7)

O Manual de Aplicação do Iphan de inventários participativos oferece algumas fichas que facilitam o trabalho de coleta de dados. As fichas devem ser distribuídas entre os pesquisadores para anotações e registros sobre o que estiverem pesquisando, outras tem preenchimento coletivo que será feito depois, a partir da troca de informações entre os envolvidos no projeto. São elas:

- **Ficha do Projeto:** Essa é uma ficha estruturante e tem a função de ajudar o grupo a organizar as informações coletadas

- **Ficha do Território:** O território inventariado é um bairro? Uma região? O centro da cidade? Uma rua? Uma área rural? O lugar onde vive uma comunidade? As margens de um rio? Um conjunto de lugares? Essas informações deverão constar dessa ficha.

-Fichas das Categorias: descrição, classificação e definição do que é considerado patrimônio em termos de Lugares, Objetos, Celebrações, Forma de Expressão e Saberes.

- Ficha das Fontes Pesquisadas: lista de pessoas entrevistadas e os documentos utilizados, indicando em cada caso onde foram encontrados e para qual informação serviram.

- Ficha do Relatório de Imagem: fotografias, pinturas, gravuras e os desenhos produzidos em coleta de campo.

- Ficha do Roteiro de Entrevista: organizar os assuntos que o grupo considera importantes para a caracterização da referência cultural que está sendo inventariada. A entrevista servirá para compreender a relação do entrevistado com a referência cultural.

4.3 Design e território (Lia Krucken)

Ações para valorizar os produtos locais

“Não existe receita única para elaborar projetos de valorização de produtos locais. Sob a perspectiva do design, podemos enumerar oito ações essenciais para promover os produtos e territórios e favorecer uma relação transparente e duradoura de produtores e consumidores”
https://www.researchgate.net/publication/215640372_Design_e_territorio_valorizacao_de_identicidades_e_produtos_locais
(KRUCKEN, 2009, p. 98).

RECONHECER - compreender o espaço onde nasce o produto, sua história e suas qualidades, associadas ao território e à comunidade de origem.

Questões – chave (p. 99):

- 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?
- Como poderia ser descrito o “espírito do território”?
- 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?

ATIVAR - ativar as competências situadas no território a partir da união de conhecimentos dos atores envolvidos, a fim de contribuir para a elaboração do projeto.

Questões – chave (p. 100):

- 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?
- Quais são as necessidades de capacitação dos atores do território?
- Existem possibilidades de interação com instituições de ensino e pesquisa no território?
- Como promover oportunidades de sinergia dos atores no território? Existem objetivos compartilhados?

COMUNICAR - comunicar os valores e qualidades locais do território presentes nas mais diversas atividades da comunidade, em linguagem acessível, para os consumidores que se encontram em diferentes contextos.

Questões – chave (p. 101):

- Como o produto é percebido pelo consumidor?
- O produto é bem aceito no mercado? É necessário redesenhá-lo ou mudar de mercado para que o seu valor seja potencializado?
- Como comunicar a identidade do produto e do território para consumidores que não os conhecem?
- Quais qualidades específicas dos produtos devem ser comunicadas?
- Qual é a imagem percebida do território? Como aproximá-la de sua identidade real e desejada?

PROTEGER - para que a imagem do território se fortaleça, é preciso valorizar e proteger seu patrimônio material e imaterial.

Questões – chave (p. 103):

- Qual é o nível de consciência coletiva em relação à gestão dos recursos e dos produtos?
- Qual é o nível de percepção da identidade do território? As pessoas sentem orgulho de fazer parte dele?
- Quais são os espaços de transmissão da identidade cultural e territorial (museus, associações, feiras etc.)?
- Existem ações para sensibilizar e informar sobre o território e seus produtos e serviços?
- O patrimônio material é preservado? Como é utilizado pela comunidade?
- O patrimônio imaterial é preservado? Quais modos de produção e rituais específicos do território?
- A imprensa e as rádios locais apoiam a valorização e o desenvolvimento do território?
- Quais são os parceiros necessários para a realização de ações de promoção do território?

APOIAR - apoiar a produção local a partir da valorização do saber-fazer tradicional do território, buscando maneiras de incorporar novas tecnologias sem que a identidade do produto e do território sejam descaracterizadas.

Questões – chave (p. 104):

- Qual o perfil do consumidor dos produtos?
- Quais valores são compartilhados pelos produtores e pelos consumidores 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?
- Quais são as estratégias, instrumentos e atores que podem dar visibilidade ao território?
- Existem mecanismos financeiros e de apoio técnico ao desenvolvimento de novos negócios no território?
- Existem mecanismos financeiros e de apoio técnico ao desenvolvimento tecnológico da produção local?
- Existem possibilidades de cooperação com outros territórios para a transferência de tecnologia e de conhecimento?

PROMOVER - é necessária a promoção dos sistemas de produção e de consumo sustentáveis dentro das comunidades. O designer pode difundir e comunicar os valores associados às práticas sustentáveis para estimular uma posição mais ativa e consciente do consumidor em potencial.

Questões – chave (p. 105):

- 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?
- Existe suporte político para inovação?
- É possível estabelecer relações de confiança entre os produtores e os consumidores?
- O consumidor que visitou o território tem intenção de voltar a visitá-lo e consumir seus produtos?

DESENVOLVER - a partir da identificação das competências do território, desenvolver novos produtos que respeitem e valorizem os saberes locais.

Questões – chave (p. 106):

- Quais são as vocações do território?
- Os serviços existentes no território atendem às necessidades de seus moradores? De que forma poderiam ser melhorados?
- O território é facilmente acessível para visitação? 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?

- **CONSOLIDAR** - consolidar redes no território a partir de infraestruturas que possam ajudar as comunidades a se integrarem de maneira competitiva, facilitando a conexão entre o público consumidor e o mercado, bem como a conexão com novas tecnologias.

Questões – chave (p. 107):

- Quais são as redes internas (por exemplo: organização entre produtores) e externas (por exemplo: integração de cadeias de valor) existentes?
- As redes existentes permitem reter valor agregado aos produtos e serviços localmente?
- Os produtos são facilmente acessíveis aos consumidores?
- Quais redes podem ser fortalecidas ou desenvolvidas a partir dos recursos e das competências do território?
- Em que nível as possibilidades tecnológicas em relação ao desenvolvimento de redes e comunicação são exploradas? Existem ações para promover a conectividade do território?
- A imprensa e as rádios locais apoiam a valorização e o desenvolvimento do território?

5. Processo projetivo

- Painel semântico, sketches, geração de alternativas
- Conceito, renderings, infográfico e fluxograma de funcionamento
- Resultados esperados e forma de implementação

6. Datas importantes

6.1 Definição de grupos, temas preliminares e planos de trabalho: 04/05/2023

6.2 Resultados da pesquisa e intenção preliminar de projeto: 18/05/2023

- Pesquisa específica sistematizada sobre o tema escolhido;
- Demandas locais, projetos e serviços similares;
- Identificação de pontos fortes e fracos (SWOT);
- Diretrizes e requisitos de projeto;
- Partido projetual.

6.3 Proposta básica de projeto: 01/06/2023

- Projeto básico: geração de alternativas e projeto preliminar.

6.4 Projeto final: 06/07/2023

- Solução detalhada
- Modelos e/ou protótipos
- Memorial descritivo em pdf
- Arquivo de apresentação em pdf ou ppt