

Economia Criativa como Ferramenta para desmarginalização Das Comunidades Artesanais

Creative Economy as a Tool for Communities demarginalization Of Craft

Natália Alves de Toledo
Escola de Artes e Ciências e Humanidades Universidade de São Paulo
Faculdade de Tecnologia SENAI Antoine Skaf – SENAI - SP
natalia.vestuario@gmail.com

Lídia Alves de Toledo
Faculdade de Tecnologia SENAI Antoine Skaf – SENAI - SP
lidiaalvesdetoledo@gmail.com

Resumo

O objetivo deste trabalho é o de verificar de que forma a economia criativa pode servir como ferramenta para a desmarginalização das comunidades artesanais. Será realizada a análise de sua viabilidade como instrumento de fomento da desmarginalização das comunidades populares/tradicionais, periféricas, que realizam artesanato.

Palavras chave: Artesanato; Comunidades Criativas; Economia Criativa.

Abstract

The objective of this work is to verify how the creative economy can serve as a tool for communities demarginalization craft. Analysis will be performed to its viability as a tool for fostering communities demarginalization popular / traditional, peripheral, performing craft.

Palavras chave: Crafts, Creative Communities; Creative Economy

Introdução

O objetivo deste trabalho é o de verificar de que forma a economia criativa pode servir como ferramenta para a desmarginalização das comunidades tradicionais, periféricas que realizam atividades artesanais.

A economia criativa pode auxiliar no estímulo à desmarginalização das comunidades populares/ tradicionais , periféricas ,que realizam artesanato. Essa contribuição se dá pela forma como é aplicada e distribuída, fazendo com que a visão sobre a cultura de cada local seja valorizada e assim transformada em geradora de renda, além de atribuir a noção e o respeito sobre a sustentabilidade, o que faz com que da comunidade motivadora de renda, gere novos negócios formais, garantindo melhores condições de trabalho aos envolvidos.

Uma das características da economia criativa é a de promover o desenvolvimento humano e não o assistencialismo, aproveitando o que cada indivíduo pode trazer de novo pra comunidade. O que difere do modelo atual de economia, que tem por mote o acúmulo de riquezas e expansão de mercado, gerando grande desequilíbrio na distribuição de renda no âmbito mundial.

No desenvolvimento dessas comunidades, quatro pontos chaves devem ser identificados e atendidos a fim de perceber a eficiência da aplicação da economia criativa no meio que as dispõe. São eles: a produção flexível, o desenvolvimento sobre as inovações, a adaptação ao novo e, por fim, o desenvolvimento do meio que atuam.

Para a economia tradicional , quanto maior a procura e menor a oferta, maior o valor sobre o produto. A economia criativa se baseia no excesso de criatividade e não na escassez, leva em consideração a utilização da sustentabilidade e não do uso abusivo de recursos naturais para sua criação e expansão. Trata , portanto do capital intelectual, no sentido mais amplo, contemplando a criação humana, a cultura, as artes o artesanato, os significados

sociais, os valores de determinados grupos sociais, as tradições orais, e , tudo que for criação humana.

O Ministério da Cultura do Brasil busca impulsionar a riqueza evidenciando a criatividade transformada em inovação, gerando riqueza cultural, social e econômica, através da diversidade cultural. Para isso, criou a Secretaria Nacional da Economia Criativa.

É evidente o investimento do Ministério da Cultura do Brasil em Economia Criativa , uma vez que este modelo, proporciona desenvolvimento humano e sócio-ambiental, por resgatar raízes culturais , preservar saberes populares e ainda, transformá-los em negócios sociais que revertam em renda, sem impactar o meio ambiente de forma negativa. Tal ministério percebe que é necessário melhorar a aplicação de recursos e que há necessidade de novas linhas de crédito, para a Economia Criativa, em especial voltada para os grupos em estudo, neste trabalho. Indica ainda , a necessidade premente de promover formação acadêmica voltada ao desenvolvimento da criatividade e inovação, pois , ao longo de anos, construímos gerações de pessoas frutos de ensino tecnicista ou meramente conteudista. Outra condição necessária é a de melhorar as condições de uso e de circulação desses bens e serviços gerados pela economia criativa no mundo, agregando a eles valor reconhecido pelos consumidores, pelos produtos em si, e não somente pela forma de produção, aproximando seu consumo de uma gentileza, mas sim de um desejo real. Isso pode ser obtido através de participação de profissionais qualificados como cientistas sociais, designers e outros que possam contribuir para a empreitada.

O resultado esperado desta pesquisa, portanto é além de provocar um discussão sobre as bases teóricas do modelo de economia criativa, poder utilizá-lo como instrumento propulsor do desenvolvimento sócio-econômico –cultural de comunidades marginalizadas, tradicionais, periféricas, que operam atividades artesanais.

Conceituando a Economia Criativa

Segundo Fonseca a Economia Criativa reúne economia, cultura e negócios. John Howkins (2011) ressalta que a Economia Criativa é uma nova forma de considerar e priorizar os recursos de uma sociedade. Já, Lala Deheizelin (2011), afirma que o que difere a Economia Criativa das outras economias é a promoção do desenvolvimento sustentável e humano, relacionando criatividade e cultura como foco de estudo.

A Economia Criativa é responsável por 10% do PIB mundial (Seminário Internacional MOD). A Economia Criativa aborda a criatividade como matéria prima, estimula o crescimento do pensamento, das informações e das ações criativas a fim de promover o desenvolvimento sustentável e humano, estimulando o crescimento de outras indústrias e não apenas a criativa. Ela é fomentadora de outras áreas. A Economia Criativa aborda educação, atividades científicas, pesquisas e desenvolvimento social e cultural, fazendo com que se crie um novo olhar socioeconômico e estipulando um diálogo entre os envolvidos no seu crescimento, como quem produz a renda de forma artesanal e quem a utiliza para um fim.

Lala Deheinzein, (2005) relata que a chave da Economia Criativa não está na produção. Os desafios que se apresentamos são os de distribuir, dar visibilidade e articular o que se produz, quem produz, como produz, para quem consome, quem deseja, quem possa vir a desejar. Destaca-se a importância de se conectar os pólos . O início e o fim de processo devem fazer a ligação do conhecimento de origem e cultura de cada aspecto da Economia Criativa, não se restringindo a produtos de serviços ou tecnologias, e sim visando novos modelos de negócios, e melhorando processos de fabricação, focando na criatividade e na inovação. Para a Economia Criativa é preciso aprender a desaprender a fim de pensar de forma inovadora. A construção e desconstrução passa a ser um *continuum* para a inovação.

A inovação baseia-se na descoberta de novos conceitos, novos olhares e de novos valores agregados, que possam diferenciar o produto, ideia, processo, do comum.

Economia Criativa como ferramenta de mudança

A Economia Criativa usada como ferramenta de mudança pode ser vista em projetos como o exemplo dos jovens transformadores da realidade que se auto nomeiam “microrrevolucionários”, onde acreditam que a conexão entre pessoas distintas podem promover importantes melhorias para suas comunidades, utilizando as atividades da Economia Criativa como caminho estratégico para essas revoluções.

O grupo se baseia na Economia Criativa para produzir a capacidade de valores simbólicos, intangíveis e sociais, onde ampliam o sentimento de pertencimento da comunidade e garantem maior durabilidade e valor da cultura local.

O PROMOART (Programa de promoção do artesanato de tradição cultural), é outro projeto que se adequou a Economia Criativa. Criado a fim de apoiar grupos de produtores de artesanatos e de tradições culturais, buscando o desenvolvimento dessas comunidades na cultura do País. Busca mostrar a importância dos saberes tradicionais e culturais do artesão e evidenciando seu valor, estimulando a expressão da arte e oferecendo condições dignas de sobrevivência para o mesmo.

Comunidades Artesanais

A Economia Criativa local, através da diversidade cultural gera para as comunidades acesso as ferramentas como informação e criatividade.

Há evidências sobre a vocação dessas comunidades em se tornarem cada vez mais criativas, além do desenvolvimento satisfatório através de iniciativas sociais e empresariais que potencializam as novas atividades empreendedoras.

Neste sentido, o desenvolvimento de ambientes e de empresas criativas é um desafio que pode se configurar como importante alternativa para a criação de empregos e empresas qualificadas. A publicidade, arquitetura, artes, design, design de moda, cinema e vídeo, softwares, música, artes, edição, serviços de informática, televisão, rádio e games são apenas alguns exemplos da indústria criativa.

É comum, com o desenvolvimento econômico, o acesso a novos bens de consumo e a ascensão das classes populares, que ocorra, num primeiro momento um distanciamento, em especial dos jovens, das tradições orais, do artesanato aprendido em família, núcleo social básico, comunidade. Essa produção artesanal/cultural passa a ser vista como brega, vexatória e desvalorizada. Com isso, vão morrendo as tradições. É necessário, que se agregue valor social, reconhecimento a tais atividades, além da agregação de valor aos produtos, para que se propulsione sua existência e vitalidade.

Comunidades artesanais que se profissionalizaram se utilizando da Economia Criativa

Em algumas regiões do Brasil existem iniciativas positivas, que começam a configurar-se como núcleos de empresas criativas e que evidenciam alguns resultados, como nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo, onde se estima que cerca de 8% dos empregos já venham de setores criativos e inovadores da economia.

Um resultado visível é o caso do Mercado.etc, resultante do Mercado Mundo Mix, onde a produção do evento que se faz através de produtos e serviços da Economia Criativa não conseguindo acompanhar a demanda, consolida agora um *site* onde se pode comprar os mesmo produtos pela internet, ampliando o alcance do evento e dos produtos que o evento promove. Esse, por não aceitar no *site* produtos que não se caracterizam pela criatividade, faz aumentar a concentração da cultura e ainda gera novos conhecedores e adeptos, para que a mesma se consolide no mercado como geradora de economia.

A economia criativa tem o propósito de modificar o olhar sobre o artesanato e evidenciar o valor cultural que o mesmo tem, antes sendo somente uma forma de expressar a cultura através de algo material, e hoje, após a aplicação dos conceitos de Economia Criativa, tais como: arte, design, arquitetura, entre outros, fez com que esse produto ganhe um novo olhar e um novo conceito, fazendo-se conhecido por outros locais e agregando valor no mesmo, além de uma nova identidade cultural e econômica, consolidando –se, como modelo econômico.

Por esta forma de Economia é impossível não pensar em novos modelos de negócios, para assim trazer novos empreendimentos e gerar mão-de-obra qualificada, geração de renda, empregos, impostos, riqueza econômica e cultural.

A maioria das pesquisas feitas na área da Economia Criativa é pontual e localizada e, sempre se volta ao assunto cidades criativas que, em geral, cidades urbanas. Isso acontece porque o início da Economia Criativa foi a resposta da desindustrialização das cidades urbanas na década de 1990.

Um exemplo facilmente encontrado de Economia criativa como ferramenta de desmarginalização das comunidades artesanais é o caso da comunidade do Jalapão (TO), o artesanato começou de forma cultural onde os índios faziam cestos com o capim dourado, após passar por várias gerações foi ainda permanecia esse feito, porém com a implantação de design foi inserido valor agregado ao artesanato. Hoje se faz inúmeros produtos com o mesmo capim santo, como: móveis, acessórios, produtos de moda entre outros. A fabricação dos cestos era realizada pela comunidade do Jalapão e ao agregar novos olhares para o produto e através de novas vertentes da implantação do mesmo foi aberta a porta do povoado para o mundo, onde hoje se pode conhecer o capim dourado em qualquer lugar do País, a comunidade do Jalapão pode não conhecer o Rio de Janeiro, mas no Rio de Janeiro as fantasias do carnaval de 2007 da Escola de Samba Mocidade Independente de Padre Miguel foram todas confeccionadas com o capim dourado, além de ser ícone destaque no rio-20 e ainda participar de participar de projetos como Talentos do Brasil.

Hoje os artesãos de Mumbuca no Jalapão, criaram uma associação para organizar a produção e comercialização dos produtos feitos pelo capim dourado. Um exemplo de desmarginalização.

Outro exemplo de Economia Criativa aplicada é o caso da renda de bilro, criada no século XV na Bélgica e trazida para o Brasil pelos portugueses, ganhou em Santa Catarina uma forte característica brasileira, como a gramatura e a forma de fazer se assemelhando ao algodão. No início as rendas de bilro foram produzidas para que as mulheres auxiliassem os maridos (na maioria das vezes

pescadores), no orçamento familiar. Por esse feito ganharam um ditado popular que diz: “Onde há rede Há renda”, alusão aos maridos pescadores.

Em Santa Catarina, essa renda ganhou novo design e inovação em sua produção, que também foi passada entre as gerações. As mais conhecidas da região são: a Tramoia, com característica o entrelaçamento de uma linha grossa com uma linha fina para formar o desenho que por vez recebe nomes como: trevo, quatro patas, coração, corrupio, caracol, mãos, estrela, zig zag, tesoura, bochecha e outros. E a renda chamada Maria Morena, caracterizada pelo entremeado de duas linhas finas para formar o desenho.

As rendas de bilro tomaram proporções gigantescas e hoje são conhecidas no Brasil e no mundo, são feitas em Santa Catarina pelas artesãs do Ribeirão da Ilha, Santo Antônio de Lisboa e Lagoa da Conceição. Para preservar a atividade e promover a troca de conhecimento entre as rendeiras, a Fundação Franklin Cascaes mantém um núcleo de oficinas de renda no Centro Cultural Bento Silvério, mais conhecido como Casarão da Lagoa, na Lagoa da Conceição, desde a década de 1990, e a fundação PROMOART fará um centro de Referência da Mulher Rendeira para preservar a atividade.

Figura 1. Renda de Bilro Tramóia



Fonte: VIVONUMAILHA (s.d.)

Figura 2. Renda de Bilro Maria Morena



Fonte: VIVONUMAILHA (s.d.)

Segundo o SEBRAE as premissas de uma Economia Criativa são sustentabilidade, inclusão social, diversidade cultural e inovação, porém a Secretaria da Economia Criativa aponta um possível tripé de sustentação para o conceito de Economia Criativa, Simbólico, Singular, e Criativo. O criativo é o agregar valor ao produto, o simbólico, a representação de algum valor para quem está no local, e por fim o singular, que busca o significado diferente em cada local, onde mesmo não se originando do local de fabricação, ganha uma identidade daquela comunidade, onde mesmo que se copie em outros locais não se copia o valor simbólico do produto, agregando, portanto, valor intangível ao tangível.

Este trabalho se apodera do tripé pensado pela Secretaria da Economia Criativa, por pensar ser equivocada a base proposta pelo SEBRAE uma vez que inclusão social já está apropriada pela sustentabilidade e criatividade nem sempre vem acompanhada de inovação.

ECONOMIA CRIATIVA	RENDA DE BILRO	CAPIM DOURADO
Simbólico: quando atribui um valor cultural para a comunidade produtora.	X	X
Singular: quando o produto ganha uma identidade do local produzido	X	X
Criativo: quando agrega valor pela característica	X	X

do produto		
Desmarginalização das comunidades*	X	X

*Adaptado pela autora

ECONOMIA CRIATIVA	Mercado.etc	Meninos revolucionários
Simbólico: quando atribui um valor cultural para a comunidade produtora.	X	X
Singular: quando o produto ganha uma identidade do local produzido	X	X
Criativo: quando agrega valor pela característica do produto	X	X
Desmarginalização das comunidades*	X	X

*Adaptado pela autora

Considerações finais

É certo que indivíduos que estão a margem precisam de uma alternativa para incluírem-se socialmente, mas o assistencialismo não tem se mostrado eficiente, eficaz e efetivo, levando, muitas vezes, a apatia e acomodação dos envolvidos. A Economia Criativa por sua vez, serve como ferramenta de desmarginalização das comunidades artesanais, usando como matéria prima a

abundância cultural e criativa de um povo e não a escassez causada pela pobreza. Leva em consideração sua herança cultural, características regionais e recursos disponíveis, promovendo a auto-estima e a autonomia individual e social.

Referências:

VIVONUMAILHA (s.d.) disponível em <http://www.vivonumailha.com/page2/page8/page8.html>, acesso em 03 de fevereiro de 2013 às 15h25min.

Termo de referência: Atuação do sistema SEBRAE na economia criativa 2012. Disponível em: <HTTP://www.sebrae.com.br/serviços>.

REIS, Ana Paula Fonseca, **Economia Criativa e Desenvolvimento Sustentável** in O caleidoscópio da Cultura. São Paulo, 2005.

REIS, Ana Paula Fonseca, **Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento**. São Paulo: Garimpo de Soluções e Itaú Cultural, 2008 disponível em : <http://www.garimpodesoluções.com.br/downloads/ebook-br.pdf>. Acesso em : 21/12/2012 às 7:15 hs.

Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento. Creative cities productions, 2009. Disponível em <http://www.garimpodesoluções.com.br>. Acesso em 7/12/2012 às 10:00 hs.

SEN, Amarteja, **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo, companhia das letras,2000.

FURTADO, Celso. **O capitalismo global**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.1998 pg 54.

TEIXEIRA, Rafael Farias. **Painel discute como inserir no mercado de Economia Criativa**. disponível em: <http://revistapegn.globo.com/revista/common/O,,EMI305336-17180-00> Acesso em 28/1/2013 às 8:21hs.

PRODANOV, Cleber C. **Comunidades Criativas**. Disponível em: <http://www.estado.rs.gov/noticias/1/97331/artigo-comunidades-criativas,-por-cleber-c.-prodanov/4/269//>. Acesso em 1/2/20013 às 8:20

PORTELLA, Jose Luiz. **Economia Criativa**. Disponível em : <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/joseluizportella/10188271-economia-criativa.shtml>
Acesso em: 8/12/2011 as 07:00hs.

Economia Criativa como forte tendencia para o seculo21. Disponível em:
<http://www.ecodesenvolvimento.org/posts/2011/novembro/ecod-basico-economia-criativa>. Acesso em 30/1/2013 as 8:30 hs.

Mesquita, C. **Moda contemporânea: Quatro ou Cinco Conexões Possíveis**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi. 2004.

Niemeyer, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. 4 ed. Rio de Janeiro: 2AB. 2010.

Palomino, E. **A MODA**. São Paulo: Publifolha. 2002.

Plano da secretaria da economia criativa: politicas, diretrizes e ações, Brasília, Ministério da Cultura, 2011-2014.

Prado, M. **Relatório setorial da indústria têxtil brasileira- IEMI**. São Paulo, BR. 2011.

DATAPOPULAR. Disponível em www.datapopular.com.br, acesso em 27 de novembro de 2012 as 21h22min.