

CATIA REGINA MADELLA

**ICONOGRAFIA SUL-MATO-GROSSENSE
NO ÂMBITO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL**



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL
MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE - MS
2018**

CATIA REGINA MADELLA

**ICONOGRAFIA SUL-MATO-GROSSENSE NO ÂMBITO DO
DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local - Mestrado Acadêmico da Universidade Católica Dom Bosco, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Local, sob a Orientação da Prof^a. Dr^a. Maria Augusta de Castilho.



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL
MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE - MS
2018**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Biblioteca da Universidade Católica Dom Bosco – UCDB, Campo Grande, MS, Brasil)

M181i Madella, Catia Regina
Iconografia sul-mato-grossense no âmbito do desenvolvimento local /
Catia Regina Madella; orientadora Maria Augusta de Castilho. 2018.
143 f. : il. + anexos.

Dissertação (mestrado em desenvolvimento local) – Universidade
Católica Dom Bosco, Campo Grande, 2018.

1.Iconografia 2.Artes – Mato Grosso do Sul 3. Economia regional
4. Desenvolvimento regional – Mato Grosso do Sul I. Castilho, Maria
Augusta de II. Título

CDD – 709.8171

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: “Iconografia Sul-Mato-Grossense no âmbito do desenvolvimento local”.

Área de concentração: Desenvolvimento Local em Contexto de Territorialidades.

Linha de Pesquisa: Cultura, Identidade e Diversidade na Dinâmica Territorial.

Dissertação submetida à Comissão Examinadora designada pelo Conselho do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local – Mestrado Acadêmico da Universidade Católica Dom Bosco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Local.

Exame de Defesa aprovado em: 28/02/2018

BANCA EXAMINADORA

mcastilho

Profª Drª Maria Augusta de Castilho
Universidade Católica Dom Bosco

Heitor Romero Marques

Prof Dr Heitor Romero Marques
Universidade Católica Dom Bosco

Pedrossian

Profª Drª Dulce Regina dos Santos Pedrossian
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

CATIA REGINA MADELLA

**ICONOGRAFIA SUL-MATO-GROSSENSE NO ÂMBITO DO
DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Área de concentração do Programa: Desenvolvimento Local em contexto de Territorialidades

Linha de Pesquisa do Programa: Cultura, Identidade e Diversidade na dinâmica territorial, com referências ao Patrimônio Cultural como identidade coletiva na manutenção e desenvolvimento do território.

Defesa realizada em: 28 / 02 / 2018

Para Dulce Helena Madella e
Ivo Madella – *in memoriam* (meus pais),
que me deram a vida.

Sou feita de retalhos. Pedacinhos coloridos de cada vida que passa pela minha e
que vou costurando na alma. Nem sempre bonitos, nem sempre felizes,
mas me acrescentam e me fazem ser quem eu sou.

Em cada encontro, em cada contato, vou ficando maior...
Em cada retalho, uma vida, uma lição, um carinho, uma saudade...
Que me tornam mais pessoa, mais humana, mais completa.

E penso que é assim mesmo que a vida se faz: de pedaços de outras gentes que vão se
tornando parte da gente também. E a melhor parte é que nunca estaremos prontos,
finalizados... Haverá sempre um retalho novo para adicionar à alma.

Portanto, obrigada a cada um de vocês, que fazem parte da minha vida e que me permitem
engrandecer minha história com os retalhos deixados em mim.
Que eu também possa deixar pedacinhos de mim pelos caminhos e
que eles possam ser parte das suas histórias.

E que assim, de retalho em retalho, possamos nos tornar, um dia,
um imenso bordado de “nós”.

Cris Pizzimenti (2013)

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, a minha mãe, Dulce Helena Madella, uma grande e amada companheira e ao meu pai, Ivo Madella *in memoriam*, uma eterna saudade, minha base e meus exemplos em amor, caráter e força perante a vida.

À minha família e amigos, pelo apoio irrestrito, por me darem o alento que eu precisava nos momentos intrincados, de incertezas, que fazem parte de episódios importantes, como a escrita deste trabalho.

À minha orientadora Profa. Dra. Maria Augusta de Castilho, pelos dois anos de dedicação, generosidade e apreço, um exemplo na docência, pela franqueza em suas orientações, por me serenar nas ocasiões em que estive preocupada e pelos ensinamentos profissionais, acadêmicos e pessoais, em uma grande demonstração de estima, que acrescentaram detalhes fundamentais à minha história.

Agradecimento à todos os professores, em especial à Profa. Dra. Arlinda Cantero Dorsa, Profa. Dra. Dolores Pereira Ribeiro Coutinho, Profa. Dra. Cleonice Alexandre Le Bourlegat e ao Prof. Dr. Heitor Romero Marques, pelas contribuições neste trabalho e no período do mestrado, com sabedoria de valia imensuráveis.

Aos colegas do Programa de Mestrado em Desenvolvimento Local, nossa convivência resultou em partilha e momentos agradáveis.

À Universidade Católica Dom Bosco, pelas oportunidades a mim concedidas e por ser o local onde pude aperfeiçoar meu potencial acadêmico de pesquisadora e atuar na docência, partilhando conhecimento.

E encerro, elevando meu pensamento a Deus, onipotente e onipresente, seiva sentida na alma, que fez com que minha aspiração de seguir adiante em minha vida profissional e acadêmica se tornasse realidade.

Eternamente grata!!!

RESUMO

A iconografia – que estuda a origem e a formação das imagens – é uma palavra que surgiu do liame dos termos gregos *eikon* (imagem) e *grafia* (escrita), isto é, a descrição escrita de uma forma de linguagem visual que utiliza imagens para representar determinado tema. O estudo iconográfico, portanto, pode enriquecer um texto sobre um período histórico com imagens de esculturas, obras arquitetônicas, quadros ou fotografias de pessoas, entre tantas outras referências. Nesse sentido, a pesquisa teórico-conceitual teve como objetivos: apresentar expoentes da arte erudita a partir da Semana da Arte Moderna até a contemporaneidade; elencar as contribuições de *designers* brasileiros; pensar acerca do processo de inovação no artesanato, acima de tudo nas contribuições artísticas locais, tendo como foco o Manual Aplicativo – Elementos da Iconografia do Mato Grosso do Sul – SEBRAE/MS (2002). Por certo, o referido manual pode trazer algumas propostas para o incremento da aplicação de ícones, símbolos, signos, a partir da abstração de imagens, cores e formas, para expressão ou transmissão da cultura, costumes, identidades territoriais, enfim, ser o meio de comunicação que amplia o sentido da mensagem. Consultou-se uma vasta bibliografia que abrange artigos, livros, jornais, catálogos, manuais, imagens e documentos relacionados à temática proposta. As abstrações dos ícones identificados e analisados por meio de estampas podem ser aplicadas a objetos das mais diversas utilidades, criando um imediato estímulo, sem intermediação de palavras, da imaginação, de sensações, designando um vínculo entre o local e o usuário. No referido Manual Aplicativo estão desenvolvidas estampas a partir de oito temas sul-mato-grossenses e nove cores extraídas de elementos da cultura, da fauna e flora do Estado, e apresenta a aplicação em três dimensões, no caso, canecas e pratos. Ocorre que a divulgação, produção e comercialização desse projeto não deu frutos, mas é de tamanha riqueza que pode despertar a atenção do empresariado da cadeia produtiva para desenvolvimento de inúmeros produtos que se tornassem não só atrativos economicamente, mas carregadores da identidade regional, divulgando um Mato Grosso do Sul ainda pouco explorado.

Palavras-chave: Iconografia. Desenvolvimento Local. Economia Criativa. Artes.

ABSTRACT

The iconography - the study of the origin and formation of images- is a word that came out of the bond of the greek *eikon* (image) and graphy (writing), that is, the written description of a form of visual language that uses images to represent given topic. The iconographic study, therefore, can enrich a text about a historical period with images of sculptures, architectural works, paintings or photographs of people, among many other references. In this sense, the theoretical and conceptual research had as its objectives: to present classical art exponents from the Week of Modern Art to the contemporary times; list the contributions of Brazilian designers; thinking about the innovation process in handicraft, above all in the local artistic contributions, focusing the Application Manual - Elements of the Iconography of the Mato Grosso do Sul – SEBRAE/MS (2002). Indeed, the said Manual can bring some proposals to increase the use of icons, symbols, signs, from the abstraction of images, colors and shapes, to expression or transmission of culture, customs, territorial identities, anyway, be the means that extends the meaning of the message. Consulted a wide bibliography that includes articles, books, journals, catalogs, manuals, pictures and documents related to the proposed theme. The abstractions of the icons identified and analyzed through prints can be applied to objects of various utilities, creating an immediate stimulus, without intermediation of words, of imagination, of sensations, designating a link between the location and the user. In this Manual are developed application prints from eight themes of Mato Grosso do Sul and nine colors extracted from elements of the culture, flora and fauna of the State, and presents the application in three dimensions, in this case, mugs and plates. It turns out that the disclosure, production and marketing of this project bore fruit, but is of such wealth that can arouse the attention of the business community of the production chain for the development of numerous products that become not only economically attractive, but regional identity boots, disseminating a Mato Grosso do Sul yet little explored.

Keywords: Iconography. Local Development. Creative Economy. Arts.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	Sinóptico	39
QUADRO 2	Equipamentos para interpretação de imagens	39
QUADRO 3	Territórios Culturais – Bonito - MS	68
QUADRO 4	Segmentos Criativos	73
QUADRO 5	Trabalhadores de atividades do núcleo criativo	77
QUADRO 6	Artistas Contemporâneos	83
QUADRO 7	Nações Indígenas do Mato Grosso do Sul	96

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Detalhe do busto do <i>Profeta Daniel</i> , em pedra sabão, por Aleijadinho, no Santuário de Bom Jesus de Matosinhos, Congonhas - MG	79
Figura 2	<i>Abapuru</i> – Tarcila do Amaral	79
Figura 3	<i>Mulheres com Frutas</i> – Óleo sobre tela 60 x 100 cm – 1932, Di Cavalcanti	80
Figura 4	<i>Criança Morta</i> - Óleo sobre tela, 180 x 190 cm – 1944, Portinari	80
Figura 5	Volpi: pequenos formatos	81
Figura 6	<i>Igi Bojuto Onan Meta</i> A árvore vigia dos três caminhos, Mestre Didi	81
Figura 7	<i>Meta esquema</i> , guache sobre cartão – 1950, Hélio Oiticica	82
Figura 8	<i>Primeira Missa ou Descobrimento</i> , mista sobre madeira, 59 x 75 cm – 1956, Caribé Bernabó	83
Figura 9	Obra da exposição Irigaray Arte Cidade no Palácio da Instrução, Clóvis Irigaray	85
Figura 10	Série <i>Kadiwéu</i> , Acrílica sobre tela, 95 X 120cm – 1998 – Coleção André Finge, Humberto Espíndola	85
Figura 11	<i>As Plantações</i> , óleo sobre tela, 60 x 89,5 cm – 1990, Alcides Pereira dos Santos	86
Figura 12	Arte Terena	93
Figura 13	Cerâmica confeccionada pelos índios Kadiwéu	94
Figura 14	Trabalhos com madeiras, osso e chifre de gado	94
Figura 15	Arpeixe (acessórios femininos)	95
Figura 16	Cerâmicas de Edvaldo Márcio Vicente	96
Figura 17	OB-00216 - PAINEL - Projeto Topomorfose	98
Figura 18	Utilitários - Topomorfose	99
Figura 19	Heloísa Crocco – Topomorfose. Pesquisa baseada nos desenhos da madeira.	100
Figura 20	Materiais de Acabamento Moradias. Autor: Heloísa Crocco	101
Figura 21	Carimbos Topomorfose	101
Figura 22	Estampa Crocco Topo	102
Figura 23	Pendente de Junco: pendente com cúpula de fibra natural de Junco, e eixo de madeira de Catuaba.	103
Figura 24	Coleção “Cores da Chita”: mantas de fuxico com padrões de diamantes inspirados nos tecidos	104

	brasileiros de Chita, projetado pelo Estúdio Nada Se Leva.	
Figura 25	Passadeira de palha de Coqueiro: produzida em tear manual com fibras naturais e talas de coqueiro.	104
Figura 26	A R A P U C A, 2014.	105
Figura 27	A M É L I A, 2014.	106
Figura 28	K A E T É, 2012.	106
Figura 29	Z E L O, 2007.	107
Figura 30	F A T E I X A, 2012.	107
Figura 31	Fruteira: Coleção Grades do Recife	109
Figura 32	Chaise Borborema	109
Figura 33	Poltrona Pirarucu	110
Figura 34	Cadeira Cobra Coral	111
Figura 35	Cadeira Quintal	112
Figura 36	Coleção Ignêz	113
Figura 37	Coleção Geraldo	113
Figura 38	Chaise Cinto	114
Figura 39	Espelho Ágata	115
Figura 40	Luminária e Fruteira <i>Paleae Brasilis</i>	116
Figura 41	Luminária <i>Paleae Brasilis</i>	117
Figuras 42 e 43	Poltrona Vermelha e Favela	118
Figura 44	Cadeira Banquete Jacaré	118
Figuras 45 e 46	Cadeira Harumakie e Poltrona Cangaço	119
Figura 47	Aparador Boca Horizontal	119
Figura 48	Mesa Cobogó	120
Figura 49	Peças AGT – A Gente Transforma: Tapete Vereda - trançado de palha de carnaúba pelas mulheres artesãs de Várzea Queimada - Piauí; Bogoió de Argolas	122
Figura 50	Cesto Bogoió – Associação de mulheres de Várzea Queimada - 2014	122
Figura 51	O trabalho desenvolvido pela comunidade de Várzea Queimada, no Piauí.	123
Figura 52	AG973CL2 - Poster Carol Trentini, Rosário	123
Figura 53	Pendente Runuãrunuahu: 11 <i>jiboias pequenas</i> de miçangas se enrolam numa trave de madeira pupunha esculpida à mão	124

Figura 54	Detalhe do trabalho de miçangas nas <i>jiboias pequenas</i> do pendente Runuãrunuahu	124
Figura 55	O pendente Runuãkenê representa a <i>jiboia</i> , um dos animais mais sagrados para os yawanawás – a malha gráfica de miçangas rebate a luz emanada pela mangueira de LED embutida na canopla metálica superior	125
Figura 56	Detalhe da malha gráfica de miçangas do pendente Runuãkenê	125
Figura 57	Áreas de pesquisa: Oeste - Corumbá – Ladário, Forte Coimbra, Porto Murtinho; Centro – Rio Verde do Mato Grosso, Campo Grande; Leste – Três Lagoas; Sul – Dourados, Deodápolis, Glória de Dourados	127
Figura 58	Processo gráfico: 1. Seleção da peça; 2. Identificação do grafismo; 3. Abstração do ícone; 4. Conversão a gráfico P/B; 5. Conversão a código de pontos; 6 e 7. Aplicação em estampado; 8. Aplicação em três dimensões	128
Figura 59	Seleção das cores	129
Figura 60	Cores padrão: catalogação/registro Pantone®: 2985, 7452, 375, 3252, Red 032, 145, 1495, 109, 300	129
Figura 61	Temas de pesquisa: arqueologia, artesanato, arquitetura, cultura kadiwéu, cultura terena, fauna, flora e retratos	130
Figura 62	Arquitetura: Corumbá – fotografias de registro	131
Figura 63	Conversão a gráfico P/B, Coreto – Jardim da Independência (1917), Corumbá	131
Figura 64	Conversão a código de pontos, Coreto – Jardim da Independência (1917), Corumbá	132
Figura 65	Aplicação em estampado, Coreto – Jardim da Independência (1917), Corumbá	132
Figura 66	Aplicação em três dimensões, Coreto – Jardim da Independência (1917), Corumbá	133

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 APORTES TEÓRICO-CONCEITUAIS DA PESQUISA	18
2.1 Espaço, território e territorialidade	21
2.2 Identidade e sentimento de pertença	23
2.3 Memória	24
2.4 Patrimônio	25
2.5 Desenvolvimento local	27
3 A ICONOGRAFIA E A CULTURA NA DINÂMICA POPULAR	29
3.1 A iconografia	29
3.2 A cultura na dinâmica popular	41
4 ECONOMIA CRIATIVA NO CONTEXTO DO <i>DESIGN</i>	53
4.1 Cultura e economia criativa	63
4.2 Territórios culturais	66
4.3 Cultura e desenvolvimento territorial	68
5 <i>DESIGN</i> E SEGMENTOS CRIATIVOS	70
6 DISCUSSÕES E RESULTADOS	78
6.1 Arte popular <i>versus</i> arte erudita	78
6.2 Cronologia do artesanato brasileiro	88
6.3 A diversidade cultural em Mato Grosso do Sul	92
6.3.1 As contribuições artísticas locais	92
6.4 <i>Design</i> brasileiro: artesãos, artistas, <i>designers</i> e arquitetos	97
6.5 Processos de inovação no artesanato	126
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	134
REFERÊNCIAS	136

INTRODUÇÃO

Inspirada no Manual Aplicativo - Elementos da Iconografia de Mato Grosso do Sul, SEBRAE/MS, 2002, ao descobrir, citar e usar esse manual como exemplo de estudos e pesquisa dos símbolos e signos da cultura sul-mato-grossense na docência, surgiu o entusiasmo para análise e aprofundamento do referencial teórico-conceitual abordado.

Sob essa perspectiva, denota-se que o patrimônio cultural é definido como um conjunto de formas tangíveis e intangíveis, assim como práticas sociais, nas quais atores socializados, impregnados por valores culturais, fruto de suas relações com o território vivido, se apoiam para tomada de consciência de si mesmos e coletivos. Assim, o sentimento de pertença e identidade territorial se tornam ferramentas de mobilização social em processos de manutenção do território e desenvolvimento local.

A finalidade deste estudo é demonstrar a possibilidade de incremento dos elementos descritos no manual, como alavanca para o desenvolvimento local, quer sejam como artesanato, objetos de arte, utilitários, contemplativos, arquitetônicos, divulgando as riquezas do Estado, tanto para os nativos quanto para aqueles que escolhem morar ou visitar Mato Grosso do Sul. A pesquisa apresenta expoentes da arte erudita a partir da Semana da Arte Moderna até a contemporaneidade; elenca as contribuições de designers brasileiros; pensa acerca do processo de inovação no artesanato, acima de tudo das contribuições artísticas locais, tendo como foco o Manual Aplicativo – Elementos da Iconografia do Mato Grosso do Sul – SEBRAE/MS (2002).

O artesanato, uma das artes liberais deste Estado, expressa várias influências culturais que, por meio das suas formas, cores, e matérias-primas, é possível compreender a influência das culturas indígenas Terena, Kadiwéu, Ofaié, Xavante, Guarani-Kaiowá e Guató. Paralelo a essa preponderância, pela história e pela geografia de Mato Grosso do Sul, as influências paraguaia e boliviana também marcam presença no artesanato local. Somam-se a esses aspectos, a vivacidade do Pantanal e sua fauna, flora, mitos e tradições, que sob a diversidade de olhares dos migrantes mineiros, gaúchos, paulistas e nordestinos, criaram um outro universo tão rico quanto a própria realidade.

A partir dessa colocação, e tomando ciência de que o aspecto cultural pode ser representado ou apresentado das mais variadas formas, não só pela via do artesanato, mas da arquitetura, do *design* de interiores, do *design* gráfico, da publicidade, entre tantas outras atividades que têm a expressão cultural como alicerce, justifica-se a realização da pesquisa.

Essas atividades colaboram para o Desenvolvimento Local, podendo ser disseminadoras das riquezas que, por vezes, passam despercebidas.

O Manual Aplicativo citado traz uma pesquisa única, relevante e instigante, que pode ser amplamente utilizada para o fim ao qual se destina, o desenvolvimento para várias áreas produtivas de Mato Grosso do Sul, desde a indústria, comércio, serviços, chegando às artes locais.

A pesquisa foi pautada no método teórico-conceitual dedutivo, objetivando analisar a iconografia de Mato Grosso do Sul com enfoque nas estampas, ícones, símbolos e *design*, consultando-se uma vasta bibliografia voltada para artigos, livros, jornais, catálogos, manuais, imagens e documentos relacionados à temática proposta.

Este trabalho está desmembrado em capítulos, conforme segue: no segundo capítulo estão apresentados os conceitos que embasam os princípios do Desenvolvimento Local, a partir do referencial teórico de autores fundamentais para o entendimento dos sentidos de espaço, território e territorialidade, identidade e sentimento de pertença, memória e patrimônio e desenvolvimento local.

O terceiro capítulo aborda as definições de iconografia e iconologia sob a base teórica de autores capitais, mas principalmente Panofsky (1939), cujos apontamentos foram relevantes para o entendimento de tais significados, e elencados, os conceitos de cultura e cultura popular, trazendo uma analogia entre vários autores, nas quais são apontadas acepções distintas, de acordo com cada contexto.

No quarto capítulo são colocadas as noções sobre economia criativa e os segmentos criativos que podem contribuir para o incremento de atividades artesanais e, conseqüentemente para o Desenvolvimento Local, a partir da valorização do capital humano em processos que envolvem pesquisa e inovação.

O quinto capítulo apresenta as definições e os segmentos criativos ancorados na economia criativa, com destaque para arquitetura, artes, artesanato e *design*.

O sexto capítulo traz as discussões e resultados pautados na análise bibliográfica e da iconografia de Mato Grosso do Sul e alude de que maneira os profissionais dos segmentos criativos podem contribuir para alavancar o desenvolvimento, valorizando os significados e identidade locais.

Na vida profissional, essas referências trazem originalidade aos projetos propostos, mesmo para cidadãos não nativos do local, que apresentam outras bagagens culturais, mas que podem e devem aprofundar seus conhecimentos nas novas frentes de trabalho.

Na docência universitária, ícones, símbolos e signos são premissas para conteúdos consistentes, são as bases do aprendizado e do conhecimento.

2 APORTES TEÓRICO-CONCEITUAIS DA PESQUISA

A pesquisa teórico-conceitual abrange os temas abordados no âmbito do Desenvolvimento Local, e, para tanto, se faz necessário discorrer sobre cada conceito estudado.

O desenvolvimento é um fenômeno de caráter social marcado pelo debate quanto às suas maneiras de concepção e de verificação, devendo-se ao fato de que o desenvolvimento existe, como tal, na medida em que passa a ser percebido como uma situação que promove mudanças em determinada coletividade humana.

Tais mudanças se dão por ações individuais e coletivas que podem produzir impactos positivos em seus meios de vida. Contudo, nem sempre as ações geram a melhoria do nível de vida de todos. Ainda assim, “as propostas mais contemporâneas buscam corrigir a perspectiva de que desenvolvimento se mede pelo crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), apontando para outras dimensões do fenômeno, como a social, a cultural, a demográfica e a ambiental” (CONTERATO; FILLIPI, 2009, p.11).

O termo desenvolvimento é uma palavra-chave que oferece várias e diferentes interpretações. Na literatura especializada, novas expressões, tais como desenvolvimento humano, desenvolvimento social, desenvolvimento sustentável e Desenvolvimento Local, levam a um exercício de enquadramento que supõe desenvolvimento requerer um complemento que o qualifique.

Pode-se afirmar que não há uma política única ou ideal de Desenvolvimento Local, dado que as estruturas políticas, institucionais, econômicas e sociais são distintas e têm diferentes graus, em função de distintos territórios, culturas e técnicas de emprego da mão-de-obra e do capital.

De acordo com Le Bourlegat (2017) chega-se às principais considerações sobre os conceitos de território, territorialidade e espaço, ficando claras suas diferenças, mas ao mesmo tempo, contemplando imbricações.

Nos conceitos de território tornam-se necessárias as abordagens do espaço enquanto território institucional e, do território vivido enquanto sistema territorial local. O primeiro é o espaço institucional do Estado (instâncias territoriais administrativas) dotado de regras e ações de controle, limitado por fronteiras, que se manifestam em escalas diversas. O segundo, trata-se do território construído socialmente na escala local, espacial (lugar), próprio da realidade

concretamente vivida pelas coletividades, onde se expressa a relação existencial e subjetiva do ser humano no mundo, numa comunicação direta entre si e com o ambiente natural, construído num cotidiano compartilhado de vida, manifestando o poder criativo e transformador do território (LE BOURLEGAT, 2017).

Os limites territoriais locais são dados pelas funções exercidas coletivamente, principalmente pela representação coletiva de identidade que cada grupo/coletividade constrói em relação à sua exterioridade, ao passo que o território institucional é o espaço da totalidade objetiva, ou seja, apresenta o predomínio da forma e da norma, constituído legalmente como áreas estruturadas.

Seguindo o pensamento de Le Bourlegat (2017), o território vivido, local, revela o espaço da particularidade subjetiva, com predomínio de ações socialmente estruturadas de apropriação territorial. É regido pelo princípio comunicativo, propiciado pela proximidade e trajetória de vida em comum. Esses territórios são concebidos por meio de articulações sociais, estruturadas em rede, que se define como um conjunto de entidades (objetos, pessoas, etc.) interligados uns aos outros, de tal maneira que permita circular elementos materiais ou imateriais entre cada uma dessas entidades, uma estrutura que tem um padrão característico. Sendo assim, um mesmo espaço pode dar origem a múltiplos territórios em rede e as diversas redes também podem se imbricar no mesmo espaço de vida.

É fundamental ressaltar as práticas de ordenamento territorial que são exógenas, apresentando por finalidade, planejar e ordenar a ocupação territorial, com regras orientações e incentivos, sendo de natureza consentida, outorgada e redistributiva, vindo de “cima para baixo ou de fora para dentro”; e endógenas, ou seja, traduz a realidade vivida moldada pelas práticas sociais, mantidas por laços de sociabilidade e negociação social adaptadas às necessidades específicas da coletividade, revelando processos de reinvenção ou apropriação territorial, vindo “debaixo para cima ou de dentro para fora” (LE BOURLEGAT, 2017).

As práticas exógenas dão suporte a redes verticalizadas em diversos setores da economia, em que a participação e interesses de atores hegemônicos se sobressaem, já nas práticas endógenas, atores sociais são os protagonistas, a partir de redes horizontalizadas, num mesmo nível de interesses.

Ainda sob a ótica de Le Bourlegat (2017) o Estado pode oferecer o campo de possibilidades, um desafio contingente não regido pelo determinismo de causa e efeito, mas que se expressa por meio de uma hierarquia de poderes para a manutenção da ordem social. Por

outro lado, as comunidades podem criar um campo de oportunidades a partir dessas possibilidades ou independentemente, referenciadas em outras formas vividas, com poder transformador, como algo favorável, capaz de melhorar o estado atual das coisas, emergindo tanto do campo do poder quanto dos saberes historicamente construído pela coletividade.

Assinala-se que cada sistema territorial local, apresenta um conjunto de interações vivenciadas por um grupo, coletividade ou sociedade, que os mantém integrados e que se apresenta distinto em relação à sua exterioridade (tudo o que é externo ao sistema territorial) e/ou alteridade (quando um indivíduo é capaz de se colocar no lugar do outro, em uma relação baseada no diálogo e valorização das diferenças existentes). Essa distinção constitui sua identidade territorial e, portanto, sua territorialidade (RAFFESTIN, 1977).

Dematteis e Governa (2005) retomaram o conceito de territorialidade, trabalhado por Raffestin, no campo relacional, considerando o papel que o território passou a exercer no mundo globalizado e pós-fordista, como principal ator do desenvolvimento sustentável.

A territorialidade possui uma relação dinâmica entre os componentes sociais (economia, cultura, instituições, poderes) e aquele de natureza material e imaterial, próprios do território em que se habita, se vive e se produz (DEMATTEIS; GOVERNA, 2005). As mudanças de organização territorial, induzidas pela globalização, não se reduzem a um simples jogo de forças transcendentais, que tendem a rechaçar os mecanismos de redefinição territorial, oriundos da percepção do espaço e das próprias relações que a sociedade e os indivíduos mantêm com esta percepção.

Ainda no aporte de Dematteis e Governa (2005) há um sinal de contraste dado, por vezes, na consolidação das produções típicas que exigem tecnologias inovadoras dos locais de produção e questionam até que ponto modelos generalistas, na perspectiva de preservar e reproduzir a diversidade territorial inovadora pode ser considerado.

Por um lado, essa perspectiva não diverge da evolução do conhecimento científico geral, chamado a combinar-se com conhecimento contextual para permitir a evolução da tecnologia e modos de gestão adequados aos diferentes ambientes locais (*feedback* positivo com conhecimentos gerais). Por outro lado, emerge, o obstáculo constituído pela seleção operada em ambientes naturais e socioculturais por conta da competição econômica global, que em vez de se moldar a esses conhecimentos e técnicas disponíveis, tendem a adaptá-los, uniformizando-os, em uma tecnologia do sistema de mercado capitalista atual, tornando-as mais produtivas (ainda que isto diminua a produtividade do capital natural e territorial). Investimentos em

pesquisa se concentram mais na tecnologia, negligenciando o conhecimento para a gestão diversificada dos ambientes e dos recursos territoriais (DEMATTEIS; GOVERNA, 2005).

Em concordância com o que indica Elizalde (2003), é possível, quando se avança em um esforço coletivo de educação e desenvolvimento pessoal, a expansão da consciência humana nos conceitos de compaixão, para desenvolver a capacidade de perceber, ao mesmo tempo, a própria necessidade e as necessidades dos outros indivíduos, estabelecendo um horizonte de autolimitação voluntária e atualização ou satisfação das necessidades que permitam a existência de todos, não somente hoje, mas no amanhã.

O alcance do Desenvolvimento Local advém de seres éticos, responsáveis por suas ações no mundo, capazes de entender como atingir a plenitude, a qualidade de vida, quando o ser original, individual, se transforma em um ser consciente, não só de sua existência, mas de toda a coletividade.

Nos conceitos de desenvolvimento local, considerações primordiais devem ser exploradas, dentre elas, memória, patrimônio, identidade e sentimento de pertença, concepções que se entrelaçam com as definições de espaço, território, territorialidade, que serão apontados com base em teóricos referenciais, e, quando aludem aos símbolos e significados locais, podem tornar-se expressões de cultura e, em uma visão contemporânea, voltando-se para a economia criativa, serem fontes de geração de renda para comunidades locais a partir do capital humano envolvido.

2.1 Espaço, território e territorialidade

A concepção de espaço está fundamentada no ser humano, uma vez que advém da criação e da estruturação mental do território vivido, palco onde acontecem os fatos e a dinâmica social das coletividades. De acordo com Santos (2006, p.15), o espaço pode ser entendido de três maneiras:

Em primeiro lugar, o espaço pode ser visto num sentido absoluto, como uma coisa em si, com existência específica, determinada de maneira única. [...] Em segundo lugar, há o espaço relativo, que põem em relevo as relações entre objetos e que existe somente pelo fato desses objetos existirem e estarem em relação, uns com os outros. [...] Em terceiro lugar, há o espaço relacional, onde espaço é percebido como conteúdo e representado no interior de si mesmo.

Raffestin (1993, p. 144) explica que “espaço e território não são termos equivalentes” e destaca que o espaço é anterior ao território, sendo este último, formado a partir do espaço e como resultado de “uma ação conduzida por um ator sintagmático” – em relação de dependência, que ao se apropriar do espaço, concreta ou abstratamente, territorializa o lugar enquanto espaço ocupado. Lefebvre (*apud* Raffestin, 1993, p.144) demonstra o mecanismo para passar do espaço para o território explicando que

[...] a produção de um espaço, o território nacional, espaço físico, balizado, modificado, transformado pelas redes, circuitos e fluxos que aí se instalam (rodovias, canais, estradas de ferro, circuitos comerciais e bancários, autoestradas e rotas aéreas, etc.) se torna um [...] espaço onde se projetou um trabalho, seja energia e informação [...] revelando relações de poder.

O espaço, ainda sob a teoria de Raffestin (1993, p. 144), é o local de possibilidades, uma “realidade material preexistente a qualquer conhecimento e a qualquer prática dos quais será o objeto a partir do momento em que um ator manifeste a intenção de dele se apoderar”. Desse modo, o território se apoia no espaço e é resultado de sua produção.

A combinação ou sistema “territorial cristaliza energia e informação, estruturadas por códigos”, podendo ser decifrados a partir das combinações estratégicas feitas pelos atores (membros da coletividade) e entendido como meio, através dos ganhos e custos que acarreta aos atores, sendo produto e meio de produção (RAFFESTIN 1993, p.158).

O sistema territorial enquanto produto e meio de produção gera a definição de territorialidade, que, segundo Raffestin (1993, p. 158), “adquire um valor bem particular, pois reflete a multidimensionalidade do *vivido* territorial pelos membros de uma coletividade, pelas sociedades em geral”.

Nesse sentido, Raffestin (1993) explica que os homens vivenciam tanto o processo territorial quanto o produto territorial, quer sejam existenciais ou produtivistas, porém todas são relações de poder e, uma vez que há interação entre os atores, é possível modificar as relações com a natureza ou as relações sociais, e como consequência, mesmo que inconsciente, a auto modificação. Segundo Raffestin (1993, p. 160)

A vida é tecida por relações, e daí a territorialidade poder ser definida como um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade – espaço – tempo em vias de atingir a maior autonomia possível, compatível com os recursos do sistema.

De acordo com Raffestin (1993, p. 160), “tudo reside na relação concebida como processo de troca e/ou de comunicação” que precisa de energia e informação e que permite aos

atores satisfazerem suas necessidades, ou seja, “proporcionar a eles um ganho mas também um custo”. Uma vez equilibrados ganhos e custos, as relações são simétricas, e em contraposição, se tornam dissimétricas.

Raffestin (1993, p. 161) afirma que “a territorialidade se manifesta em todas as escalas espaciais e sociais, [...] é a face vivida da face agida do poder” e cita Soja (*op. cit.*, p. 34) para descrever que territorialidade pode ser composta por “[...] senso de identidade espacial, senso de exclusividade e compartimentação da interação humana no espaço”.

O senso de identidade só tem sentido se estiver inserido no contexto de um grupo de indivíduos, o senso de exclusividade completa a identidade e a interação, sendo o mais significativo em termos relacionais (RAFFESTIN, 1993).

Identidade e sentimento de pertença, conceitos apresentados a seguir, demonstram como o ser humano preserva suas características culturais e interage com o local, seu território vivido, onde os saberes são transmitidos e resguardados por meio das gerações.

2.2 Identidade e sentimento de pertença

Pertencimento ou sentimento de pertença se traduz como a crença subjetiva em uma origem comum que une distintos indivíduos. Esse sentimento pode destacar características culturais, raciais, a partir do qual os indivíduos se consideram membros de uma coletividade em que símbolos expressam valores, receios ou aspirações, identidades.

Segundo Ferreira (2008) a identidade não é algo natural do indivíduo, mas é uma forma social, construída e produzida no campo da relação indivíduo – coletividade. Essa relação dá condições para várias formas e possibilidades de identidade, ao mesmo tempo que transmite uma singularidade criada na relação entre os membros do grupo no território vivido.

A interpretação de fatores de identidade com o lugar pode ser realizada a partir da “noção de sujeito sociológico” que, para Hall (2001; p. 11-2)

De acordo com essa visão, que se tornou a concepção clássica da questão, a identidade é formada da interação entre o eu e a sociedade [...]. A identidade preenche o espaço entre o interior e o exterior – entre o mundo pessoal e o mundo público. O fato de que projetamos a nós próprios nessas identidades culturais, ao mesmo tempo em que internalizamos seus significados e valores, tornando-os “parte de nós”, contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural.

O ser humano vive em articulação com o seu entorno e o seu comportamento não pode ser analisado de forma individual, ou seja, é importante saber o seu local de nascimento, sua

família, posição social, cultura e relações sociais. Essa interação mostra a relação entre o indivíduo, a cultura e a sociedade, tendo o ambiente como uma variante para compreender a história pessoal, o modo de sentir os acontecimentos, sua identidade e pertencimento.

A manifestação de uma ideia ou a expressão de significados e valores, contextualizados com o local, trazem o sentido da identidade e pertença por meio dos símbolos. O símbolo é empregado por grupos ou indivíduos para representá-los, e a sua exibição permite reconhecê-los. É algo que representa algo, seja por natureza ou por convenção; um fenômeno ou ação material, uma realidade perceptível pelos sentidos humanos, que remete, por meio das relações, ao desenvolvimento.

Os signos, por sua vez, “partes de nós”, podem ser decifrados e se tornarem elementos representados e transmitidos por gerações, e é por meio da memória, ou seja, referências adquiridas e vividas, que se compõem as relações com o território e que poderão ser expressados e transmitidos por gerações.

2.3 Memória

As lembranças ou recordações que se tem de algo, a exposição de fatos, dados ou motivos relacionados a um certo contexto, ou ainda uma escrita de caráter científico, literário ou histórico, podem ser atribuídas à memória, uma faculdade psíquica por meio da qual se consegue reter e lembrar o passado.

O conceito de memória, segundo Le Goff (1990) é decisivo como propriedade de conservar informações, remetendo a um agrupamento de funções psíquicas, por intermédio das quais o indivíduo pode atualizar informações ou impressões passadas, ou que ele representa como algo que passou.

O estudo da memória social é um dos meios de abordar os enigmas do tempo e da história, e se faz necessário dar importância às diferenças entre “sociedades de memória essencialmente oral e sociedades de memória essencialmente escrita como também às fases de transição da oralidade à escrita” (LE GOFF, 1990).

Silva e Silva (2006) descrevem que a história representa fatos distantes, ao passo que a memória atua sobre o que foi vivido individualmente, sendo assim, a memória não poderia ser um documento histórico. Entretanto, a memória não é somente individual, mas coletiva, composta pelas lembranças vividas ou repassadas pelos indivíduos, entendidas como

propriedade de uma comunidade, um grupo, sendo assim, história e memória de tornariam complementares.

A partir da investigação oral, o estudo histórico da memória coletiva se desenvolve e expõe algumas características específicas. Uma delas, são as lembranças do cotidiano do grupo, nem sempre fazendo referências a acontecimentos históricos, mas tendendo a idealizar o passado. Uma outra, mostra que a memória coletiva embasa a identidade do grupo ou comunidade, apegando-se a um acontecimento criador, simplificando o passado e a noção de tempo, apontando diferenciações entre o presente e o passado, e, mais do que em datas, a memória coletiva se baseia em imagens e paisagens (SILVA; SILVA, 2006)

A pesquisa iconográfica pode enriquecer o contexto sobre um período histórico com imagens de esculturas, obras arquitetônicas, quadros ou fotografias de pessoas, entre tantas outras referências e, enquanto forma de linguagem visual, que utiliza imagens para representar determinado tema, pode contribuir para o registro dos acontecimentos históricos. Assim, pode reter o presente e (re)lembrar o passado, maneira pela qual o patrimônio cultural, nas suas diversas instâncias, se torna valorizado e preservado para o futuro.

2.4 Patrimônio

O patrimônio de uma coletividade é descrito como o conjunto de bens culturais, tangíveis (materiais) e intangíveis (imateriais), que compreendem tanto as obras de seus artífices, quanto as criações surgidas da “alma popular”. Um conjunto de valores que dão sentido à vida, único, e de durabilidade representativa simbólica, traduzindo-se na identidade de uma região. Subdivide-se em imaterial, material, arqueológico, acervos memoriais e instituição cultural, cada qual com suas manifestações significativas e particulares, heranças do passado que cabe ao povo preservar, transmitir e deixar legados às gerações futuras.

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), por meio do Decreto-lei nº 25, de 30 de novembro de 1937, estabelece como patrimônio

[...] o conjunto de bens móveis e imóveis existentes no País e cuja conservação seja de interesse público, quer por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil, quer por seu excepcional valor arqueológico ou etnográfico, bibliográfico ou artístico (IPHAN, 2017)

A Constituição Federal de 1988, Artigo 216, ampliou o conceito de patrimônio estabelecido e conceitua patrimônio cultural como sendo

[...] os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira.

No conceito apresentado pela Constituição Federal de 1988, estão as formas de expressão; as maneiras de criar, fazer e viver; as concepções científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (IPHAN, 2017).

O IPHAN, regional de Mato Grosso do Sul, oferece acervo para pesquisa sobre a iconografia regional e define que

O patrimônio cultural não se restringe apenas a imóveis oficiais isolados, igrejas ou palácios, mas na sua concepção contemporânea se estende a imóveis particulares, trechos urbanos e até ambientes naturais de importância paisagística, passando por imagens, mobiliário, utensílios e outros bens móveis. Por este motivo é possível realizar uma das mais importantes distinções que se pode fazer com relação ao Patrimônio Cultural, pois sendo ele diferente das outras modalidades da cultura restritas apenas ao mercado cultural, apresenta interfaces significativas com outros importantes segmentos da economia como a construção civil e o turismo, ampliando exponencialmente o potencial de investimentos (IPHAN MS, 2017).

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) define como patrimônio cultural imaterial

As práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos os indivíduos, reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural (UNESCO, 2017).

Reconhece-se a inclusão, no patrimônio a ser resguardado pelo Estado em parceria com a sociedade, dos bens culturais que sejam referências dos diferentes grupos da sociedade. O patrimônio cultural imaterial é transmitido de geração a geração, recriado pelas comunidades e grupos de acordo com seu ambiente, sua interação com a natureza e sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana.

Em 2010, foi inserido um novo instrumento junto ao IPHAN para reconhecimento e valorização das línguas portadoras de referência à identidade, à ação e à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira.

O patrimônio material protegido pelo IPHAN, com base em legislações específicas, é composto por um conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza nos quatro Livros do Tombo, sendo: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas. Eles estão divididos em bens imóveis como os núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; e móveis como coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos.

O patrimônio arqueológico engloba todos os sítios arqueológicos definidos e protegidos pela Lei nº 3.924/61, sendo considerados bens patrimoniais da União. O tombamento de bens arqueológicos é feito, por interesse científico ou ambiental.

São considerados sítios arqueológicos as jazidas de qualquer natureza, origem ou finalidade, que representem testemunhos da cultura dos paleoameríndios; os sítios nos quais se encontram vestígios positivos de ocupação pelos paleoameríndios; os sítios identificados como cemitérios, sepulturas ou locais de pouso prolongado ou de aldeamento; e as inscrições rupestres ou locais e outros vestígios de atividade de paleoameríndios.

A preservação do patrimônio cultural contribui, como dito anteriormente, para a promoção do respeito à diversidade cultural e à criatividade humana, que, aliadas às suas competências e habilidades, podem gerar frutos, resultando em Desenvolvimento Local.

2.5 Desenvolvimento local

O termo desenvolvimento, como conceito básico, pode ser entendido como um processo, uma forma de incremento, ou seja, algo que sofre mudanças, que se transforma, que nomeia a qualidade como característica principal.

Requer acepções baseadas em campos diversos, pois possui uma vasta gama de vertentes, dentre as quais, desenvolvimento humano, rural, econômico, sustentável, e, em destaque neste trabalho, o Desenvolvimento Local.

Desenvolvimento Local consiste no surgimento, no florescer das capacidades, competências e habilidades de uma determinada comunidade, que tenha interesses comuns, esteja em um determinado território local com identidade social e histórica, além de se tornar capaz de planejar, agir e controlar seus próprios potenciais (ÁVILA, 2005).

Outro aspecto pertinente ao Desenvolvimento Local é sua articulação entre os diversos atores e esferas de poder, seja a sociedade civil, as organizações não governamentais, as

instituições privadas e políticas, além do próprio governo, cada qual com seu papel e contribuições.

Pode-se salientar três fatores inter-relacionados e interdependentes contidos no Desenvolvimento Local, quais sejam, o crescimento econômico, a melhoria da qualidade de vida das pessoas e a conservação do meio ambiente. O aspecto econômico implica em geração e aumento da renda e riqueza, além de condições dignas de trabalho, fato que, contribui para a melhoria das oportunidades sociais e, somado a estes dois fatores, a problemática ambiental não pode ser dissociada da social (PETITINGA, s.d.).

O desenvolvimento implica uma transformação consciente da realidade local, com a preocupação em relação às presentes e futuras gerações, aspecto no qual o fator ambiental assume fundamental importância. O desgaste ambiental pode não interferir diretamente na geração atual, mas pode comprometer sobremaneira as próximas gerações.

Torna-se possível inferir que o Desenvolvimento Local é um conjunto de estratégias adequadas a um território, com participação efetiva da população que nele habita, para encontrar maneiras duradouras, sustentáveis e organizadas na utilização dos recursos naturais, materiais e humanos disponíveis, em favor de melhorias do bem estar comum.

Nesse sentido, abordar os elementos da iconografia sul-mato-grossense - a qual pode trazer propostas para o incremento da aplicação de ícones, símbolos, signos, a partir da abstração de imagens, cores e formas, para expressão ou transmissão da cultura, costumes, identidades territoriais, enfim, ser o meio de comunicação que amplia o sentido da mensagem, designando um vínculo entre o local e o usuário - poderá desencadear a geração de renda, como meio de desenvolvimento.

Para tanto, acercar-se da definição de iconografia e sua relevância para análise e interpretação das imagens se torna fundamental. A linguagem não-verbal, que expressa a cultura de um povo e, segundo o dito popular “uma imagem vale mais do que mil palavras” revela suas origens e tradições.

3 A ICONOGRAFIA E A CULTURA NA DINÂMICA POPULAR

A iconografia pode ser definida como a disciplina que enfoca o estudo da origem e da elaboração das imagens, das suas relações simbólicas e/ou alegóricas, enquanto tradutoras da cultura, quer seja popular quer seja erudita, relacionando-as aos seus relatórios ou exposições descritivas locais. Sendo assim, se faz necessária a abordagem metódica desses temas para embasar este trabalho.

3.1 A iconografia

De acordo com Rodrigues (2017, s. p.), iconografia “é a disciplina que estuda sistematicamente as questões em torno do conteúdo das obras de arte, por oposição à forma”, e destaca várias esferas contextualizando que

A identificação das fontes de inspiração para a imagem, a análise da contaminação das formas e dos significados de imagens provenientes de outros contextos, e o estudo dos significados simbólicos, profundos e intrínsecos da própria imagem (sendo este nível de leitura mais adequadamente denominado de Iconologia). A história da Iconografia, enquanto disciplina e método, é indissociável da Iconologia, sendo os seus termos muitas vezes usados indiferentemente.

Estudos realizados sob diferentes perspectivas, desde o Renascimento, contribuíram para alicerçar esta área, que só viria se tornar autónoma, no século XIX.

O estudo da retratística antiga levado a cabo por Achilles Statius (1569) e, mais tarde, a famosa série de retratística de Anthony van Dyck (1645), intitulada na edição de 1759 como *Iconographie ou viedeshommesillustres*; a descodificação dos símbolos do Cristianismo Primitivo por Molanus (1570), e por António Bosio (1632) – cuja *Roma Sotterranea* fora escrita logo após a descoberta das catacumbas (1578) –, por Johann Reiske (1685), por Ciampini (1690-99), e por Gottfried Arnold (1700-01); a preocupação em estudar profundamente os monumentos da Antiguidade para aceder aos seus conteúdos patentes no *Recueil de Caylus* (1752-67) e nos trabalhos de Wincklemann (1766); e a utilização das fontes literárias como temas para pinturas tendo em vista estabelecer um significado mais profundo e geral da ideia simbólica [símbolo] da obra de arte (Bellori, 1672), são alguns dos trabalhos pioneiros sobre Iconografia realizados durante a Idade Moderna (RODRIGUES, 2017).

Rodrigues (2017) explana que, no século XIX, na França, constituiu-se a primeira escola dedicada ao estudo da iconografia Medieval e aponta que, apesar desses estudos terem como

foco a investigação do Cristianismo, na verdade, vieram instituir um importante ponto de partida para contínuos estudos sobre o simbolismo medieval da iconografia cristã.

Dentre o elenco de investigadores sobre iconografia estão Adolphe-Napoléon Didron (1843), Fernand Cabrol (1855-1937) e Henri Leclercq (1869-1945) – que escreveram um dicionário sobre iconografia cristã (1907-53), muito utilizado, inclusive na atualidade, e Émile Mâleque revela que na arte medieval, cada forma contém um conceito, sobressaindo o carácter simbólico e didático da arte cristã. Posterior a esses autores, no primeiro quarto do século XX, com expressivos estudos sobre a iconografia dita clássica (a dos deuses e a das alegorias), destacam-se as escolas alemãs e austríacas (RODRIGUES, 2017).

Fora dos meios acadêmicos, a metodologia do historiador Abraham Moritz, cognome Aby Warburg (1866–1929) revolveu os tradicionais alcances da História da Arte e faz da iconologia e da iconografia disciplinas que, ao lado da história dos estilos, e da história dos materiais e da recepção, mais colaboraram para o entendimento da obra de arte (RODRIGUES, 2017).

Aby Warburg dedicou-se ao estudo metódico da arte do Renascimento e entendia a obra de arte como semelhança de uma dada cultura, relacionando-a com fatores políticos, religiosos, sociais e históricos e, com a sistemática investigação dedicada à sobrevivência das figuras da Antiguidade (Idade Média e Renascimento), o historiador percebeu “que por um processo de contaminação, por vezes, re-interpretativo, as formas das obras de arte ressurgiam, por vezes com novos significados, geralmente associados a alguma mudança cultural e espiritual” (RODRIGUES, 2017).

Sob a influência de Aby Warburg e do filósofo Ernst Cassirer, aparece Erwin Panofsky, estabelecendo, em *Studies in Iconology* (1939), aprofundando em *Meaning in the Visual Arts* (1955), a metodologia para anuir à compreensão temática das obras. Essa metodologia assenta-se em três etapas de compreensão subsequentes, sendo a primeira descritiva, a segunda, de identificação (o da iconografia) e, a terceira, da iconologia, que pretende levar a uma compreensão profunda dos significados intrínsecos da obra de arte enquanto identidade cultural ou enquanto símbolo do inconsciente (RODRIGUES, 2017). Em razão disso, Rodrigues (2017, s. p.) explana que:

Qualquer forma de expressão artística é susceptível de leitura iconológica, mesmo das que não são passíveis de uma leitura iconográfica, como a arte abstrata. No entanto, na prática, a aplicação mais frequente deste método é dirigida para descodificar o significado simbólico e alegórico da obra, ou seja, pela leitura iconográfica da obra.

Os historiadores de arte, como evidencia Rodrigues (2017, s. p.), com interesse meramente estético, consideram o método iconográfico como um obstáculo ao entendimento da obra de arte. No entanto, distingue que o estudo dos temas é a chave para revelar as relações da arte com outras expressões culturais, colocando dessa maneira, o objeto artístico na história da cultura e das mentalidades.

A biografia de Abraham Moritz - “Aby Warburg” (1866–1929) descreve que sua origem advém de uma família de banqueiros de Hamburgo, Alemanha, que renunciou ao direito de assumir a empresa familiar na condição de mais velho em prol do irmão mais novo, sob a condição de que este irmão comprasse, durante toda a vida, qualquer livro de que precisasse, exigência que foi aceita e teve como resultado 60 000 (sessenta mil) títulos em acervo particular (GOETHE, 2017).

Warburg estudou História da Arte em Bonn, Munique, Estrasburgo e Florença, onde escreveu sua tese de doutorado sobre o pintor e desenhista renascentista italiano Sandro Botticelli. Sua fascinação pelo Renascimento, fez com que passasse dois anos estudando a arte italiana desse período, em especial *O Nascimento de Vênus e A Primavera* de Sandro Botticelli (1893), quebrando o entendimento consagrado de que a pintura e a escultura são imagens estáticas (BAITELLO; SERVA, 2017).

Em 1902, começou a construir sua Biblioteca Warburg de Ciência da Cultura (*Kulturwissenschaftliche Bibliothek Warburg - K.B.W.*), porém, em função de uma enfermidade psíquica, passou muitos anos em uma clínica na Suíça. Após obter alta médica, começou seu último projeto, o Atlas Mnemosyne, que ficou incompleto em função de sua morte súbita. Aby Warburg é considerado um dos pais das artes visuais modernas (GOETHE, 2017).

Sua obra influenciou grandes nomes do pensamento ocidental, desde aqueles que o conheceram, como os alemães Erwin Panofsky (1892-1968), Ernst Cassirer (1874-1945), Carl Heise (1890-1970) e Fritz Saxl (1890-1948), além do inglês Kenneth Clark (1903-1983), até os de gerações posteriores, como seu conterrâneo Ernst Gombrich (1909-2001), que desenvolveu sua carreira como pesquisador e diretor do Instituto Warburg, em Londres (*THE WARBURG INSTITUTE*, 2017).

Os estudos de Warburg ganharam destaque atualmente, pela capacidade de romper com padrões racionais rigorosos e metódicos de pensamento sobre as imagens, o que se revela fundamental para sua compreensão em um tempo marcado pela exacerbação da linguagem visual (BAITELLO; SERVA, 2017).

Na interpretação de alguns autores contemporâneos, o legado de Aby Warburg pode ser comparado ao trabalho de busca no *Google* Imagens, que opera segundo uma lógica iconográfica, e sugere que a hegemonia da palavra pode estar com os dias contados.

Os trabalhos de Warburg, desde sua tese sobre o pintor italiano Sandro Botticelli (1445-1510) até sua obra do final de vida, o Atlas de Imagens *Mnemosyne* constituem acumulações de análises, sob a tentativa de compreender o que as imagens transmitem de imediato, sem submissão à elaboração verbal ou intelectual, sem inscrições linguísticas ou culturais específicas, o que denominou *Pathosformel*, palavra que mistura o grego *Pathos*, paixão e o vocábulo alemão *formel* que significa fórmula. A fórmula de *pathos* refere-se a um gesto, a uma expressão visual ou imagem que qualquer ser humano pode reconhecer em qualquer tempo (BAITELLO; SERVA, 2017).

Uma das figuras mais influentes em estudos de imagem e arte desde o começo do século XX, com crescente número de estudos acadêmicos relacionados a seu pensamento, Warburg produziu uma obra volumosa composta de ensaios, conferências e fragmentos sobre história cultural, filologia (estudo rigoroso de documentos escritos antigos e de sua transmissão), mitologia (estudo dos mitos, suas origens, evolução, significado e imagem), da qual o núcleo mais conhecido é sobre o Renascimento, reunidos em uma coleção de textos póstumos, organizados segundo tema, época, etc., chamada *A Renovação da Antiguidade Pagã* (CONTRAPONTO, 2013). Nos apontamentos de Baitello e Serva (2017, s. p.) pode-se tomar conhecimento que

Warburg mostra como os renascentistas recuperam da Iconologia grega as técnicas de expressão do movimento (por exemplo, nos cabelos e roupas esvoaçantes), superando o congelamento sepulcral que caracterizou a arte da Idade Média, sob estrito domínio católico.

O principal sentido de seus estudos e da obra que deixou “pode ser expresso pela busca de aspectos universais da cultura humana, em que os gestos expressivos dos gregos e do Renascimento se destacam pela função comunicativa além da língua, que desde Babel separa os homens” (BAITELLO; SERVA, 2017, s. p.).

O Atlas *Mnemosyne* apresenta um conjunto de 63 (sessenta e três) painéis nos quais Warburg fixou cerca de mil reproduções de imagens desde peças arqueológicas, elementos de rituais religiosos, sarcófagos, obras de arte renascentistas ou modernas, ilustrações de livros antigos, além de anúncios publicitários, fotografias de jornal, em uma organização em eixos que expressam proximidade, semelhança e, a partir daí, estabelecem hierarquia de pertinência em relação a um primeiro objeto. A imagem é processada e apresentada por uma lógica

iconográfica, que não se subordina à expressão verbal, podendo ser pensada, consumida e comunicada sem tradução linguística, de modo tal, que os homens reconhecem e reagem a gestos expressivos de emoções em frações curtíssimas de tempo, muito menores do que as da resposta ao verbal (BAITELLO; SERVA, 2017). Baitello e Serva (2017, s. p.) mencionam ainda que

Essas "Experiências" estabelecem relações entre imagens que são inexplicáveis verbalmente. Mas as conexões estão lá: elas se justapõem por semelhança, uma primeira se junta por parecença a outra, que está próxima; esta a uma nova, com a qual tem certa harmonia, mas que já se distingue da primeira – e assim vão se distanciando, ou transformando, até surgir algo completamente improvável de início. As imagens mostram ter vida própria.

O iconologista alemão trabalhou o confronto da imagem com o pensamento dominado pela dimensão verbal, não só em seu Atlas, mas também o fez ao criar a Biblioteca Warburg para a Ciência da Cultura, em 1929, com sede atual em Londres. Ali, os livros foram dispostos pela *boa vizinhança*, como Warburg chamava esse arranjo, um indicativo da relação entre eles para desenvolver o conhecimento sobre seu tema e não por ordem alfabética de autores ou títulos, comumente visto (BAITELLO; SERVA, 2017).

As teorias de Warburg, na interpretação de definem que “A mente humana se encadeia por associações imagéticas que não se submetem, por exemplo, à ordem alfabética do nome dos autores ou das obras”. Baitello e Serva (2017, s. p.) evidenciam que

Warburg expressa a convicção de que, no princípio, eram as imagens e que ao definir a imagem como porta de entrada de sua biblioteca, a expressão, que nos últimos milênios dominou a humanidade e ordenou seu pensamento, traduz a imagem como um momento da evolução da mente.

Warburg teve vários discípulos, como citado anteriormente, mas vale destacar, Erwin Panofsky (1939), devido a relevância de seus escritos sobre iconografia e iconologia, que amparam o entendimento desses conceitos, relativos ao estudo do significado das imagens.

Iconografia, conforme define Panofsky (1939, p. 47), “é o ramo da história da arte que trata do tema ou mensagem das obras de arte em contraposição à sua forma”. Para tanto, faz distinção, por um lado, entre o tema ou significado e por outro, a forma.

Ao identificar um objeto, o que é uma ação instintiva, e perceber mudanças de detalhes, o que pode ser configurado como um acontecimento, os limites da percepção formal são ultrapassados, chegando-se a primeira esfera do tema ou mensagem implícita na imagem (PANOFSKY, 1939).

O significado, dessa maneira percebido, é de caráter elementar, compreendido facilmente, sendo chamado de factual, ou seja, apreendido pela identificação de formas visuais de objetos já conhecidos pela experiência prática e pela identificação da mudança de suas relações com ações ou fatos (PANOFSKY, 1939).

Tal identificação de objetos ou fatos provocarão reações no observador, de significado expressional, diferente do factual, por ser apreendido não por identificação, mas por empatia, ou seja, pela faculdade de compreender emocionalmente um objeto, sendo necessária certa sensibilidade por ainda requerer experiência prática e familiaridade com os objetos e fatos. Sendo assim, tanto o significado factual quanto o expressional constituem a classe dos significados primários ou naturais (PANOFSKY, 1939).

Para entender os significados é preciso não somente estar familiarizado com o mundo prático dos objetos e fatos, mundo factual, mas também com o mundo expressional dos costumes e tradições culturais peculiares de uma dada civilização. Desta feita, a interpretação de objetos, fatos ou imagens provoca o reconhecimento de um significado que pode ser chamado de secundário ou convencional, diferente do primário ou natural, por ser inteligível, compreensível em vez de sensível, intuitivo (PANOFSKY, 1939).

Ademais, o significado pode constituir um acontecimento no tempo e no espaço, indicar disposições de ânimo ou sentimentos, comunicar algo convencional, revelar a um observador experiente tudo o que entra na composição da imagem, inclusive a personalidade de seu autor, condicionada por suas bases nacionais, sociais, de educação, pela história de sua vida passada ou pelas atuais circunstâncias vividas, entretanto, mantendo o modo individual de reagir ao mundo que, se racionalizado, poderia chamar-se de filosofia (PANOFSKY, 1939).

A interpretação de objetos ou fatos isolados de uma imagem não transmite claramente seu significado, mas coordenada a um amplo número de observações e análises contextuais, pode-se construir um modelo mental, com informações gerais quanto a sua época, nacionalidade, tradições intelectuais, e assim por diante. No entanto, essas informações gerais ou qualidades que o modelo mental pode mostrar, resultam implicitamente de cada análise isolada, e cada ação pode ser interpretada sob a luz dessas qualidades.

Esse significado que pode denominar-se intrínseco ou conteúdo, é essencial, ao passo que os outros dois tipos de significado, quais sejam, primário ou natural e secundário ou convencional, são fenomenais, sensíveis, aparentes (PANOFSKY, 1939).

Segundo Panofsky (1939), nas obras de arte, especificamente, vale distinguir as três categorias de tema ou significado, sendo:

1º. - Tema primário ou natural, subdividido em factual ou expressional – é apreendido pela identificação das formas puras, ou seja, certas conformações como representativas de elementos naturais; pela identificação de suas relações recíprocas como acontecimentos; e pela percepção de qualidades expressivas, por empatia. Esse tema pode ser chamado de mundo dos motivos artísticos, cuja enumeração constituiria uma descrição pré-iconográfica de uma obra de arte.

2º. - Tema secundário ou convencional – é apreendido pela percepção, pela ligação dos motivos artísticos e combinações desses motivos (composições) com assuntos e conceitos. São reconhecidos como portadores de um significado secundário ou convencional, chamados de imagens, sendo que combinações de imagens são denominadas de estórias e alegorias, que veiculam a ideia, as noções gerais e abstratas como fé, sabedoria, etc., chamadas de personificações ou símbolos comuns. As estórias traduzem a narração fictícia em que a ação não é baseada em fatos verídicos e, as alegorias, são modos de expressão ou interpretação que consistem em representar pensamentos, ideias, qualidades sob a forma figurada.

3º. - Significado intrínseco ou conteúdo – é apreendido pela determinação de princípios subjacentes, ou seja, que não despontam claramente, implícitos, que manifestam a atitude básica de uma nação, período, classe social, crença, caracterizados por uma personalidade e condensados em uma obra. Esses princípios se mostram por meio dos métodos de composição e da significação iconográfica. Interpretações aprofundadas do significado intrínseco ou conteúdo podem mostrar técnicas de um determinado país, período ou artista. Assim, formas puras, motivos, imagens, estórias e alegorias podem ser concebidos como princípios básicos e gerais, e na visão de Ernest Cassirer, como valores simbólicos, iconográficos. A descoberta e interpretação dos valores simbólicos (que podem ser desconhecidos e podem ser diferentes do que o próprio artista tentou expressar) é o objeto do que se poderia designar iconologia em oposição a iconografia.

A iconografia, segundo Panofsky (1939), é a descrição e classificação das imagens, cujo sufixo que deriva do verbo grego *graphein*, que significa escrever, implica um método de proceder, puramente descritivo, um estudo limitado, auxiliar, que informa quando, onde e por quais motivos temas específicos foram visualizados. Além disso, a iconografia contribui para o estabelecimento de datas, origens, até mesmo autenticidade, fornecendo bases necessárias para quaisquer interpretações ulteriores. Entretanto, não elabora a interpretação por si só, mas coleta e classifica a evidência sem ser obrigada ou estar capacitada para investigar a origem e significação dos diversos tipos de interações, as influências de ideias filosóficas, teológicas ou

políticas, os propósitos e inclinações dos artistas, a correlação entre os conceitos inteligíveis ou a forma visível de cada caso específico.

A iconografia considera somente uma parte desses elementos constituintes do conteúdo intrínseco de uma obra de arte, e que precisam se tornar explícitos caso queiram que a percepção desse conteúdo seja articulada e comunicável.

Sob o olhar de Panofsky (1939), faz-se necessário definir iconologia como método de interpretação, como seu próprio sufixo designa – *logos* quer dizer pensamento, algo interpretativo, ou iconografia que se torna interpretativa, convertendo-se em algo integral do estudo da arte, e não somente uma parte como assinalado anteriormente, que advém da composição mais do que da análise. Panofsky (1939, p. 54) explica que

A exata identificação dos motivos é o requisito básico de uma correta análise iconográfica, também a exata análise das imagens, estórias e alegorias é o requisito essencial para uma correta interpretação iconológica – a não ser que lidemos com obras de arte nas quais todo campo do tema secundário ou convencional tenha sido eliminado e haja uma transição direta dos motivos para o conteúdo, como é o caso da pintura paisagística europeia, da natureza morta e da pintura de gênero, sem falarmos da arte “não-objetiva”.

Uma vez definidos os conceitos de iconografia e iconologia, se torna indispensável abordar como chegar à exatidão da análise, quando se fazem presentes, três modos de interpretação, quais sejam, descrição pré-iconográfica, análise iconográfica e interpretação iconológica.

O primeiro modo trata dos motivos, ou seja, os objetos e eventos representados por linhas, cores e volumes que podem ser identificados, tendo como base, a experiência prática do homem, o reconhecimento da forma ou de comportamentos.

Entretanto, Panofsky (1939) aponta que é quase impossível chegar a uma exata descrição pré-iconográfica ou identificação primária do tema aplicando somente a experiência prática, apesar de ser indispensável, porque, por vezes, o artista pode apresentar acontecimentos e expressões irreconhecíveis, quer seja por incompetência ou por intenção premeditada ou maliciosa, não permitindo a exatidão da análise em primeiro nível.

Na verdade, essa fração de segundo do olhar, em que há a percepção primária da obra, momento da identificação dos motivos com base na experiência prática, faz-se a leitura dos objetos e fatos conforme o modo pelo qual foram expressos, que variam, segundo suas condições ou *locus* históricos. Assim, a experiência prática fica submetida a um princípio corretivo que cabe chamar de história do estilo (PANOFSKY, 1949).

História do estilo, na concepção de Panofsky (1939, p. 61), diz respeito a correção da interpretação de uma obra de arte individual, ou seja,

É um círculo, porém não vicioso e sim metódico [...]. Quer lidemos com fenômenos históricos ou naturais, a observação individual assume o caráter de um “fato” somente quando for possível relacioná-la com outras observações análogas de tal modo que a série inteira “faça sentido”. Tal “sentido” pode, portanto, perfeitamente ser aplicado à interpretação de uma nova observação individual dentro de um mesmo raio de fenômenos. Se, entretanto, essa nova observação individual se recusar a ser interpretada segundo o “sentido da série”, e se se provar a impossibilidade de erro, dever-se-á reformular o “sentido da série” para incluir a nova observação individual. Esse *circulus methodicus* aplica não apenas ao relacionamento entre interpretação dos motivos e a história do estilo, mas também ao relacionamento entre a interpretação das imagens, histórias e alegorias e a história dos tipos, e ao relacionamento entre a interpretação de significados intrínsecos e a história dos sintomas culturais em geral.

O segundo modo de interpretação, qual seja, a análise iconográfica, pressupõe a familiaridade com temas específicos ou conceitos quando trata das imagens, histórias e alegorias, uma vez que tais temas ou conceitos são transmitidos por meio de fontes literárias obtidos por leituras ou por tradição oral.

Quando se trata da representação de temas peculiares ou motivos e, apesar do conhecimento dos temas e conceitos transmitidos mediante as fontes literárias serem indispensáveis e suficientes, assim como a experiência prática na análise das formas é para a descrição pré-iconografia, esse conhecimento, se aplicado indiscriminadamente, não é garantia da exatidão da análise iconográfica (PANOFSKY, 1939).

Da mesma maneira, como é possível corrigir a experiência prática investigando o modo como objetos e fatos eram expressos pelas formas, sob diferentes contextos históricos, por meio da história dos estilos, pode-se suplementar e corrigir o conhecimento das fontes literárias, investigando como temas específicos ou conceitos eram expressos por objetos e fatos sob diferentes condições históricas, ou seja, pela história dos tipos (conjunto de características que distinguem uma classe).

O terceiro modo, ao qual Panofsky (1939, p. 62) se refere como a interpretação iconológica requer “algo mais que a familiaridade com conceitos ou temas específicos transmitidos através de fontes literárias”.

Para captar e assenhorar-se dos princípios básicos elencados até o momento, é necessário que

Uma faculdade mental comparável à um clínico nos seus diagnósticos – faculdade essa que só me é dado descrever pelo termo bastante desacreditado de “intuição sintética”, e que pode ser mais desenvolvida num leigo talentoso do que num estudioso erudito (PANOFSKY, 1939, p. 62).

Panofsky (1939) faz um alerta quando explica que quanto mais subjetiva e irracional for a fonte de interpretação, destacando que toda abordagem intuitiva pura e simples está condicionada à psicologia e à visão do interprete, tanto mais necessária será a aplicação dos corretivos e controles envolvidos tanto na descrição pré-iconográfica quanto na análise iconográfica.

A intuição sintética deve ser corrigida por meio da compreensão da maneira pela qual, em uma conjuntura histórica, as tendências gerais e essenciais da mente humana foram expressas por temas específicos e conceitos. Aborda ainda que

Isso significa o que se pode chamar de história dos sintomas culturais – ou símbolos, no sentido de Ernest Cassirer – em geral. O historiador de arte terá de aferir o que julga ser o significado intrínseco de uma obra ou grupo de obras, a que devota sua atenção, com base no que pensa ser o significado intrínseco de tantos outros documentos da civilização historicamente relacionados a esta obra ou grupo de obras quantos conseguir: de documentos que testemunham as tendências políticas, poéticas, religiosas, filosóficas e sociais da personalidade, período ou país sob investigação. Nem é preciso dizer que, de modo inverso o historiador da vida [...] deveria fazer uso análogo das obras de arte. É na pesquisa de significados intrínsecos ou conteúdo que as diversas disciplinas humanísticas se encontram num plano comum [...] (PANOFSKY, 1939, p. 63).

Panofsky (1939) reforça que, quando se faz uma análise muito estrita dos significados, é necessário distinguir as camadas de tema ou mensagem, sendo que a de primeiro modo é comumente confundida com a forma e a segunda é o domínio especial da iconografia em oposição a iconologia.

Menciona também que, em qualquer camada, as identificações e interpretações dependerão do equipamento subjetivo, sendo assim, terão que ser suplementados e corrigidos a partir da compreensão dos processos históricos, cujo resultado pode denominar-se tradição.

Os dois quadros resumo que estão apresentados abaixo, sendo o primeiro denominado sinóptico e o segundo, equipamentos para interpretação de imagens, trazem as três dimensões de análise das obras de arte e, embora pareçam independentes, são, na realidade, métodos

correlacionados de um mesmo processo de significado, aos quais Panofsky (1939) atribui como orgânicos e indivisíveis.

Quadro 1 - Sinóptico

OBJETO DA INTERPRETAÇÃO	ATO DA INTERPRETAÇÃO
I. Tema primário ou natural (A) Factual (B) Expressional Constituindo o mundo dos motivos artísticos.	Descrição pré-iconográfica Análise pseudoformal
II. Tema secundário ou convencional Constituindo o mundo das imagens, estórias e alegorias.	Análise iconográfica
III. Significado intrínseco ou conteúdo Constituindo o mundo dos valores simbólicos.	Interpretação iconológica

Fonte: PANOFSKY (1939, p. 64)

O segundo quadro resume, a seguir, traz os equipamentos para a interpretação e seus princípios corretivos, envolvidos na descrição pré-iconográfica, na análise iconográfica e na interpretação iconológica, fechando os argumentos de Panofsky (1939).

Quadro 2 - Equipamentos para interpretação de imagens

EQUIPAMENTO PARA A INTERPRETAÇÃO	PRINCÍPIOS CORRETIVOS DE INTERPRETAÇÃO <i>História da Tradição</i>
I. Experiência prática Familiaridade com objetos e eventos	História do <i>estilo</i> – compreensão da maneira pela qual, sob diferentes condições históricas, <i>objetos e eventos</i> foram expressos pelas formas
II. Conhecimento de fontes literárias Familiaridade com temas e conceitos específicos	História dos <i>tipos</i> – compreensão da maneira pela qual, sob diferentes condições históricas, temas ou conceitos foram expressos por objetos e eventos
III. Intuição sintética Familiaridade com as tendências essenciais da mente humana, condicionada pela psicologia pessoal e <i>Weltanschauung</i> – visão de mundo.	História dos <i>sintomas culturais ou símbolos</i> – compreensão da maneira pela qual, sob diferentes condições históricas, tendências essenciais da mente humana foram expressas por temas e conceitos específicos.

Fonte: PANOFSKY (1939, p. 65)

Ao se fazer analogia com a teoria posta por Panofsky (1939) e trazer os conceitos abordados para os dias atuais, se torna interessante expor alguns autores, a exemplo de Barreto (2010), que tratam dos objetos e atos interpretativos, assim como dos equipamentos e princípios corretivos da interpretação, ou seja, as histórias da tradição, por intermédio das histórias dos estilos, dos tipos e dos símbolos, enquanto sintomas culturais específicos.

Barreto (2010), leva a discussão no Brasil, para o campo do diálogo, em base de igualdade, aos universos estéticos de diferentes culturas, com foco nas ditas artes populares, e toma como exemplo, banquinhos expostos na entrada da exposição de nome *Puras Misturas*, realizada no Museu Paraense Emilio Goeldi (MPEG), que celebrou a diversidade com que um banquinho pode ser concebido, fabricado e usado nos quatro cantos do país.

Neste ambiente, os bancos indígenas se sobressaem pela maestria do talho artesanal da madeira e pela beleza de suas formas. Mas, assim vistos, como peças de mobiliário, unidos por sua função utilitária, o visitante fica alheio aos muitos outros significados simbólicos que os bancos adquirem em suas culturas de origem. O mesmo vale para os outros bancos, feitos por artesãos do Nordeste, por trabalhadores rurais, por operários da cidade ou por designers da indústria moveleira; a diferença é que, para todos estes, há uma familiaridade bem maior do público com seus contextos (BARRETO, 2010, s. p.).

Ademais, Barreto (2010) levanta várias demandas em relação a essa contextualização, abrangendo, além dos aspectos iconográficos e iconológicos, aspectos etnográficos das produções, arte indígena por exemplo, que além de indígenas, são brasileiros genuínos, discutindo de que maneira incluir, articular essa arte com as demais formas de expressão e arte popular brasileira, com os inúmeros possíveis desdobramentos, não só estéticos, mas éticos do assunto. Suas principais questões sobre esse tema são:

- a. Contextualizar, sem pretender ser um museu etnográfico, ou deixar os objetos falarem por si, sem escamotear as desigualdades históricas e culturais.
- b. Como lidar com a autoria individual do artista indígena ou popular: como nos moldes de valorização da arte erudita ou por meio da apresentação coletiva de uma identidade étnica ou um grupo de artesãos.
- c. Ênfase nos objetos ou nas expressões imateriais.
- d. O que é mais representativo: o objeto “tradicional” ou a produção “híbrida” contemporânea.

Algumas dessas questões se aplicam às artes de todas as minorias ou daqueles grupos cuja produção cultural foi historicamente marginalizada. Outras são dilemas específicos da museologia da produção indígena, por não ser, essa produção, considerada como “nossa”, mas sim pertencente a um universo outro, o universo de uma genérica categoria do imaginário brasileiro chamada “índios” (BARRETO, 2010, s. p.).

De volta à instalação usável de banquinhos no MPEG, o observador atento perceberá que alguns *designers* se inspiraram nos desenhos e formas das peças indígenas, e também que alguns bancos indígenas foram feitos para o mercado de um artesanato “étnico”. Por aí, começam as “puras misturas” (BARRETO, 2010, s. p.).

A iconografia, portanto, apresenta os universos estéticos de diferentes culturas, as peculiaridades locais, com seus símbolos específicos e contextualizados. Sob esse olhar, pode-se dizer que cultura é um conceito dinâmico, em constante movimento, que pode se apresentar como erudita ou popular, traduzida nas mais variadas maneiras de expressão e representação, inclusive por meio do *design*, no qual, as “misturas” podem ser produzidas. Entender essa dinâmica se torna indispensável, uma vez que a cultura simboliza a riqueza genuína de um povo.

3.2 A cultura na dinâmica popular

Cultura, conforme definem diversos autores, significa todo o complexo que inclui o conhecimento, a arte, as crenças, a lei, a moral, os costumes e todos os hábitos e aptidões adquiridos pelo ser humano, não só trazidos por sua herança familiar, como também, um conjunto de ideias, comportamentos, símbolos e práticas sociais, apreendidos e compartilhados ao longo da vida e por gerações, por ser integrante de uma comunidade ou sociedade.

Seria a herança social da humanidade ou ainda, de forma específica, uma variante dessa herança social, um mecanismo adaptativo, que consiste na capacidade que os indivíduos têm de responder ao meio de acordo com mudanças de hábitos, além de ser um mecanismo cumulativo, em que as modificações trazidas por uma geração são transmitidas à geração seguinte, transformando, perdendo ou incorporando outros aspetos, tendo como lema, melhorar a experiência das novas gerações, um conceito sempre em desenvolvimento.

De acordo com os apontamentos de Castilho (2017a), existe quase uma centena de conceitos de cultura, não havendo uma definição exata e adere as afirmativas de diversos autores referenciais, destacando que cultura pode ser trazida por povos de outras localidades e ser incorporada a comunidades existentes, transmitida, mesmo que de forma fictícia e correlacionada ao momento presente, formando novos costumes ou modos do cotidiano.

Essas anotações amparam-se sob os conceitos de cultura segundo Lévy-Strauss (1950), Johnson (1997 apud Ávila, 2006, p. 12), Stuart Hall (2003, p. 133), Reale Jr. (2005), Clifford J Geertz (2008), Edward B Tylor (2011), Laraia (2011) e Nolasco (2011, p. 35), teóricos que oferecem subsídios essenciais para o aprendizado sobre termo tão complexo.

Em concordância, Storey (2015) alude que o termo cultura, sob a teoria de Raymond William, apresenta três amplos conceitos:

- a. no primeiro, pode ser usada para se referir a um processo geral de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético;
- b. no segundo, o termo poderia ser usado para sugerir um estilo de vida, podendo ser de um indivíduo ou de um grupo num determinado período de tempo, num determinado espaço;
- c. e no terceiro, o autor propõe que cultura pode ser usada para se referir a trabalhos e práticas de atividade intelectual, especialmente artística. Nesse terceiro conceito, destaca-se que a principal função da cultura é significar, produzir significado, ou servir para produção de significado, enquanto sinônimo de práticas significantes, e traz como exemplos a poesia, o romance, o balé, a ópera, além das artes plásticas.

Entende-se por significação, o que é representado ou expresso por um sinal, um sistema de sinais, um gesto, um fato, ou ainda, uma representação mental evocada por uma forma linguística; aquilo que uma palavra quer dizer; seu significado, sentido ou acepção. De acordo com Dias (2017, s. p.)

Sentido e significado são termos essenciais para dois campos dos estudos linguísticos: a semântica e a pragmática. Na realidade, tanto uma quanto a outra se definem como ciências que estudam a significação, isto é, o ato de significar. Em latim, significar era dar a entender por meio de sinais.

Compreende-se por semântica, o estudo do significado das palavras e da interpretação das frases e/ou enunciados; como análise da significação nas línguas naturais, ou ainda, como ciência que analisa o avanço do sentido das palavras e de outros símbolos utilizados na comunicação humana. Por outro lado, porém complementar, o estudo pragmático versa sobre o estudo das relações entre os signos e seus usuários (ORLANDI, 1986).

Para a linguística, segundo Orlandi (1986), somente as linguagens verbal, oral ou escrita são objeto de estudo, porém, tudo o que faz parte da língua interessa e é matéria de reflexão, uma vez que os sinais que o indivíduo produz quer seja falando ou escrevendo, são sinais chamados de signos. Ao produzir signos, o ser humano se comunica, representa seus pensamentos, exerce seu poder, elabora sua cultura e sua identidade, ou seja, produz sua própria vida.

Ressalta-se a necessidade de se dimensionar o que é linguística, uma vez que os signos, na observação de Orlandi (1986), são fundamentais, pois dão ao indivíduo sua dimensão simbólica, sua realidade social e natural, ligando-o aos outros seres humanos e à natureza. Além da linguagem verbal, há várias espécies de signos que povoam a vida, tais como os objetos, a pintura, a mímica, a moda, as linguagens artificiais, etc., e, tanto os signos das linguagens não-verbais quanto os da linguagem verbal, são objetos de estudo da ciência geral dos signos chamada Semiologia.

Os estudiosos começam a dar um lugar mais respeitável ao estudo da significação, além das unidades fonológicas, morfológicas ou sintáticas. Entre as teorias que se propõem trabalhar nessa perspectiva, está a pragmática, por meio da qual se inclui, ao lado do estudo da relação entre os signos (sintaxe) e do estudo das relações entre os signos e o mundo (semântica), o estudo das relações entre os signos e seus usuários.

No entanto, Orlandi (1986) traz à luz que não tem sido fácil estabelecer de que natureza é a relação entre linguagem e sociedade e destaca que as controvérsias a esse respeito originam várias metodologias, algumas delas elencadas a seguir, que dão ênfase as essas diferenças pelo fato de tomarem a linguagem ora como causa ora como efeito da sociedade. São elas:

- a. a sociolinguística toma a sociedade como causa, vendo na linguagem os reflexos das estruturas sociais. O objetivo da sociolinguística é sistematizar a variação existente na linguagem, considerando que o sistema da língua é heterogêneo e dinâmico. As regras têm de abranger a variação das formas. Trata a questão da mudança não na perspectiva evolutivo-cronológica, mas como diferenças de usos que podem ser observadas na atualidade;
- b. a etnolinguística, diametralmente oposta à sociolinguística, considera a linguagem não um reflexo mas uma causa das estruturas sociais (ou culturais). Segundo seus postulados, a linguagem não serve apenas para designar uma realidade preexistente, mas organiza (constitui) para os indivíduos, o mundo, teoria que toma como central a noção de campo semântico. Esse campo pode agregar desde cores, objetos ou sentimentos, se organizam de formas diferentes nas diferentes línguas, configurando o mundo e as perspectivas humanas. Esses estudos etnolinguísticos sobre parentesco, cores, plantas, animais ou categorizações mostram a multiplicidade das diferenças culturais. As diferenças de língua, nesse caso, instituem as diferenças culturais, não só seus efeitos, como na sociolinguística, mas suas causas;
- c. em uma terceira abordagem, aparece a sociologia da linguagem em que não há separação entre ações linguísticas e ações sociais, que enraíza sua concepção de

linguagem na teoria dos fatos sociais e tematiza os poderes da linguagem: magia, adivinhação, rituais religiosos, felicitação, condolências, exaltação, etc. Ações linguísticas e ações sociais são mutuamente constitutivas, inseparáveis. Sob esse aspecto de análise estão os trabalhos da etnografia da fala, que cogita a noção de funções da linguagem levando em conta os diversos aspectos culturais. Mostra a interpenetração entre a língua e a visão do mundo, passando da concepção de língua como sistema e arranjo de relações abstratas, para uma noção de língua considerada em suas características concretas, de uso.

Nessas metodologias é possível observar que a noção de comunicação se torna complexa, uma vez que o social e o cultural aparecem com mais intensidade. Desse modo, a linguagem não é usada somente como meio de informação, mas também como transmissora de cultura.

Em uma abordagem mais específica, levando para o campo da iconografia, a leitura da imagem ou linguagem não-verbal enquanto forma de comunicação quer seja por meio da postura corporal ou gestos, figuras, desenhos ou símbolos, artes e artefatos, quer seja pela arquitetura, design de objetos ou interferências urbanas, transmitem conhecimentos adquiridos de ordem artística, estética, contextual, sobrevivendo por gerações, que mexem com as emoções e sentimentos humanos, por meio de sua interpretação (CAVA; BARNI, 2015).

Segundo Martins *et al.* (1998, p. 34) “antes mesmo de saber escrever, o homem se expressou e interpretou o mundo em que vivia pela linguagem da arte. A caverna, com sua umidade rochosa, foi o ateliê do homem pré-histórico”.

O homem primitivo tinha necessidade de se comunicar e de compreender o mundo em que vivia e as imagens impressas nas cavernas, permitiram revelar seu conhecimento adquirido, construído, vivido.

A imagem, como primeiro meio de comunicação, constrói significado, simbólico, por intermédio do qual, estabelece um diálogo com o mundo e nesse dialogar, Freire (2003) fazia um alerta sobre a leitura, dizendo que o ato de ler abarca muito mais do que as palavras, decodifica o mundo, e nesse mundo repleto de mensagens pictóricas, a leitura também envolve as imagens (CAVA, 2015)

Ler as imagens, em primeiro plano, vem da necessidade de compreensão do próprio mundo natural e, em um segundo momento, da construção e compreensão do mundo da cultura, desempenhando a função de revelarem lugares, costumes, etnias, tempos, exercendo sua função de comunicação.

No aporte de Cava (2015) ler imagem é um exercício de construção perceptiva mediante o qual é possível educar o percurso visual, significa conhecer, perceber e alcançar pessoas, objetos, formas, no território vivido.

Cava (2015) e Panofsky (1939) apresentam e reiteram que a leitura da imagem pode ser formal, informal ou interpretativa e contextualizada e destacam que, enquanto seres singulares, os indivíduos têm um jeito único e próprio de ler, perceber e interpretar imagens, pois, essas leituras, estão relacionadas ao seu modo de ser, a sua história de vida, ao contexto em que vive, ao conhecimento que possui em relação a arte, e, de tal modo, diante de uma mesma imagem, podem surgir formas, sensações, percepções e interpretações diferentes.

A leitura formal se refere aos elementos expressivos, como a linha, a forma, a cor, o volume, o equilíbrio, a perspectiva e outros elementos que compõem a imagem, ou seja, a matéria-prima para a produção artística ou recursos empregados em sua composição, entendida como processo de organização e desdobramento desses elementos formais.

Na leitura interpretativa é possível expressar as percepções, ou seja, a história de vida do espectador, seu conhecimento adquirido, suas vivências, suas lembranças, o que aquela imagem lhe diz, enfim, como o observador interpreta e percebe a imagem (CAVA, 2015).

No âmbito histórico, o pesquisador deverá ter as informações referentes à imagem, seu produtor, seu contexto, seu estilo, obtidas por meio da linguagem verbal, complementando a não-verbal e demais leituras visuais.

Determinadas leituras de imagens podem provocar sentimentos como encantamento ou estranhamento, que resultam em um diálogo entre a obra e seu autor, com o espectador, que, por meio dessa leitura, atribui significados à imagem a partir do estabelecimento de relações entre seu conhecimento e a mensagem que essa obra traduz. A leitura se torna real quando essa relação se estabelece (CAVA, 2015).

As imagens comunicam desde os mais remotos tempos, desde as inscrições nas paredes das cavernas até a contemporaneidade sobre um suporte denominado midiático, e, da mesma forma que para a leitura escrita se faz necessário decodificar as letras, sílabas, dominar a gramática, ou seja, ser alfabetizado na língua original, o mesmo se dá na leitura não-verbal. Quanto mais contato com as formas artísticas maior aprofundamento nessa linguagem, maior enriquecimento de repertório, maior acesso à compreensão dos códigos artísticos e da produção estética da humanidade (CAVA, 2015).

Ler imagens é uma interpretação cultural, é o mesmo que as decompor ou as descrever em detalhes, é observá-las percebendo suas composições formais, seu tema, os sentimentos que

provocam, as lembranças que desencadeiam, propõem uma leitura de mundo e do ser humano nesse mundo.

OLHAR

“... pensar sobre uma
imagem, o que ela mostra e
como ela mostra, é ler, é
atribuir-lhe um significado, é estabelecer
uma relação de produção de
sentido...”

(PILLAR, 1999, s. p.)

As imagens são linguagens que possibilitam ao homem manifestar suas emoções, desejos, anseios, pensamentos, ou seja, a se comunicarem e interagirem. Assim, a linguagem se traduz em um sistema de signos que serve para produzir referências, representar algo e estudado pela semiótica. Para North (1995, p. 19),

[...] a semiótica é a ciência dos signos e dos processos significativos (semiose) na natureza e na cultura. A investigação semiótica abrange virtualmente todas as áreas do conhecimento envolvidas com as linguagens ou sistemas de significação, tais como a linguística (linguagem verbal), a matemática (linguagem dos números), a biologia (linguagem da vida), o direito (linguagem das leis), as artes (linguagem estética), etc.

Sob a teoria de Martins *et al.* (1998, p. 13) “somos rodeados por ruidosas linguagens verbais e não-verbais – sistemas de signos – que servem de meio de expressão e comunicação” e podem ser percebidas pelos sentidos humanos, sendo possível assim, identificar e diferenciar os diversos tipos, quais sejam, a linguagem oral, da gráfica, da tátil, de uma auditiva, da olfativa, da gustativa ou das linguagens artísticas, quer sejam visuais (desenho, pintura, escultura, fotografia, cinema) ou orais (música, canto), entre outras.

Sendo a linguagem um sistema de representação, pelo meio do qual o indivíduo se torna consciente de sua realidade, pode-se dizer que por meio da linguagem, o ser humano apresenta o seu estar-no-mundo, lendo e produzindo sistemas de signos.

Só pode ser considerado signo quando há a representação de algo para alguém, (o interprete), que, uma vez representado em sua mente, o signo traduz um significado. O signo

um elemento concreto, material, perceptível, chamado significante, a um elemento inteligível (conceito) ou imagem mental, chamado de significado.

SIGNO = significante + significado

SIGNIFICADO = ideia ou conceito inteligível (MARTINS *et al.*, 1998)

Ao se retomar as considerações de Storey (2015) sobre o significado de cultura ou teoria cultural, e antes da abordagem do tema cultura popular, há necessidade de destacar a definição do termo ideologia.

Ideologia é um conceito crucial no estudo de cultura popular e, sob a ótica de Storey (2015), tem muitos significados correntes, porém, faz menção a cinco maneiras de compreender o termo ideologia cujos significados influenciam os estudos sobre cultura popular.

No primeiro deles, ideologia pode se referir a um sistema de ideias articuladas por certo grupo de pessoas ou a ideias que informam as práticas de determinados grupos, a exemplo dos profissionais, partidários, etc.

Na segunda definição, o autor sugere certa distorção, ocultamento, um certo disfarce para indicar como alguns textos e práticas apresentam imagens distorcidas da realidade, podendo produzir o que é denominado falsa consciência, em um jogo de interesses entre as classes dominantes e subordinadas, sendo reflexões ou expressões estruturais das relações de poder da base econômica da sociedade.

A terceira acepção de ideologia diz respeito a formas ideológicas, ou seja, chamar a atenção para o modo como os textos apresentam uma imagem peculiar do mundo. Essa definição está estruturada na desigualdade, na exploração e na opressão da sociedade, cujos textos assumem uma posição, quer seja consciente ou não, oferecendo sentidos ideológicos concorrentes, relativos a maneira como o mundo é ou deveria ser (STOREY, 2015).

Nesse ponto, de acordo com Storey (2015), pode-se citar Stuart Hall (2009) que define cultura popular como um espaço em que “são criados entendimentos sociais coletivos”, um solo em que a “política da significação” é usada como meio para atrair pessoas para determinados modos de ver o mundo, de acordo com que foi abordado anteriormente.

O quarto argumento sobre ideologia deriva das obras de Roland Barthes, que segundo Storey (2015), atua no âmbito das conotações, do secundário, significados inconscientes que textos e práticas carregam ou podem ser levados a carregar. Seria a tentativa de tornar universal e legítimo o que é parcial e particular, ou ainda, passar do que é cultural (feito pelo homem) para algo natural (que apenas existe).

E, por fim, o quinto sentido do termo ideologia, baseia-se nos argumentos do filósofo Louis Althusser (1980), que Storey (2015) abstrai como sendo não um mero grupo de ideias, mas uma prática material, ou seja, encontra-se ideologia na vida cotidiana sob a forma de como certos rituais e costumes ligam os grupos de uma comunidade a uma ordem social.

Na análise de Storey (2015, p. 19), o que deve ficar claro é que cultura e ideologia “[...] cobrem quase o mesmo panorama conceitual” e ainda destaca que “[...] ideologia carrega uma dimensão política”, sugerindo que para estudar cultura popular deve-se ultrapassar os limites do entretenimento ou do lazer, e abordar sua significação política.

Storey (2015) descreve que há seis conceitos que configuram o estudo de cultura popular, entretanto evidencia que o termo popular deve ser conceituado para um melhor entendimento dos sentidos.

Pode-se dividir o entendimento de popular em quatro significados, dessa forma elencados: o que é apreciado por muitas pessoas; tipos inferiores de obras; trabalho que visa ser bem acolhido pelas pessoas; ou ainda, cultura feita, de fato, pelas pessoas para si mesmas” (STOREY, 2015, p. 20).

O ponto de partida para conceituar cultura popular é dizer que é aquela que obtém amplo acolhimento e apreciação por parte de muitas pessoas, e por isso deve incluir uma dimensão quantitativa, como por exemplo, números de venda de CDs, recordes de público em *shows* ou eventos esportivos, ou ainda, dados de pesquisas sobre preferências da audiência em programas de TV.

O índice quantitativo não é suficiente para relatar o conceito de cultura popular haja vista, que tais índices, podem conter em seu seio, atividades da sancionada alta cultura ou cultura erudita, como livros clássicos, ou programas televisivos de carga dramática baseados na literatura erudita.

Em um segundo aspecto, Storey (2015) aponta cultura popular como uma categoria residual, que acomoda textos e práticas com padrões que não se classificariam como alta cultura, em outras palavras, seria uma cultura inferior. Para ser cultura de verdade, precisa ser difícil, apresentar complexidade formal, pois essa dificuldade propicia seu caráter exclusivo, o que garante a exclusividade de seu público.

Storey (2015) apresenta a visão de Pierre Bourdieu (1984) assinalando que essas distinções culturais costumam ser usadas para evidenciar as diferenças de classes, uma vez que o gosto pessoal é uma categoria ideológica, que, no duplo significado da palavra ideologia, pode denotar categoria socioeconômica ou sugestão de um certo grau de qualidade.

Sob esse ponto de vista, o consumo de cultura tem a predisposição – consciente e intencionalmente, ou não – de satisfazer a função social de validar diferenças sociais. Tal argumento se apoia no conceito que cultura popular é uma cultura de massa, enquanto alta cultura é um ato individual (STOREY, 2015). Chega-se assim, a terceira definição que evidencia cultura popular como cultura de massa, ou seja, ratifica que se trata de uma cultura irremediavelmente comercial – produzida em massa para uma massa de consumidores não exigentes, “[...] consumida com a passividade de mentes entorpecidas ou a entorpecer” (STOREY, 2015, p. 26).

Em uma vertente contrária à dimensão quantitativa, Storey (2015) destaca que John Fiske (1989) põe em dúvida, que a noção de consumo seja apenas uma atividade automática e passiva, chegando a esta conclusão a partir da análise de dados estatísticos que demonstram fracasso de venda de produtos apesar de publicidade extensiva.

A quarta significação de cultura popular a coloca no patamar de que se origina do povo e discorda de abordagens que aludam ser algo imposto sobre o povo, vindo de cima para baixo. Sob essa concepção, o termo deveria ser usado para indicar uma cultura autêntica do povo, como cultura folclórica, representada por seus costumes, manifestações artísticas, preservada por meio da tradição oral, um populário, que pertence ao povo, do povo para o povo (STOREY, 2015).

Em uma quinta conceituação, Storey (2015) volta-se para a análise política e desenvolve o termo hegemonia como conceito, com base em teóricos culturais, referindo-se à maneira pela qual grupos dominantes na sociedade, por intermédio de um processo de liderança intelectual e moral, ganham aprovação de grupos subordinados. Elucida ainda que, aqueles que explicam a cultura popular sob o olhar de Antônio Gramsci (2009), a veem como “[...] lugar de luta entre a resistência de grupos subordinados e as forças de incorporação que operam a favor dos interesses de grupos dominantes” (STOREY, 2015, p. 30).

E, na medida em que descreve as acepções de cultura popular sob esses termos, Storey (2015, p. 33) cita o teórico Stuart Hall (1980), afirmando, amparado nesse teórico, “[...] que cultura popular é um espaço controverso para construções políticas do povo e de sua relação com o poder”. Por outro lado, Bennett (1986, p. 20), assinala que

O povo não se refere a todos nem a um único grupo da sociedade, mas a uma variedade de grupos sociais que, ainda que defiram em outros aspectos (sua posição de classe ou as lutas específicas mais imediatas que estão travando), são distintos dos grupos econômica, política e culturalmente poderosos dentro da sociedade e, assim, são potencialmente capazes de se unir – ou se organizar

em “o povo versus o bloco de poder” – se suas lutas individuais estiverem interligadas

Cultura popular, como infere Storey (2015), trata-se de um lugar onde a construção da vida cotidiana pode ser examinada, ou seja, é a cultura que as pessoas fazem ou criam a partir de bens e práticas, gerados pela indústria cultural, transformados em mercadorias que consomem.

A sexta significação aponta algo mais recente, pós-modernista, que insiste na alegação de que a cultura pós-moderna não reconhece mais a distinção entre cultura popular e alta cultura, revelando que há uma interpenetração de comércio e cultura, ou seja, o indistinção entre cultura autêntica e cultura comercial.

Esse debate polariza a questão, visto que por um lado ficam os que se preocupam com os efeitos dessa indistinção sobre a postura oposicionista da cultura popular e, de outro, estão os que questionam os efeitos dessa interpenetração sobre o *status* da autêntica cultura, contudo, ambas não deixam de enfatizar a significância da cultura popular.

Em síntese, cultura popular, mediante a visão de Storey (2015), surgiu somente após a industrialização e a urbanização, vindo para o pensamento inglês no período da Revolução Industrial, cujas definições, tanto de cultura quanto de cultura popular, nesse contexto histórico, dependem da existência de uma economia de mercado capitalista, o que fez da Grã-Bretanha, o primeiro país a produzir cultura popular.

A industrialização e a urbanização provocaram um novo delineado do mapa cultural britânico, sendo que a primeira estabeleceu novas relações de trabalho, e a segunda produziu uma separação residencial de classes, momento em que passaram a existir cidades e vilas habitadas somente por operários. Em destaque, na sua inferência, Storey (2015, p. 37) aponta que

Não basta falar de cultura popular: sempre temos de informar com qual cultura está sendo contrastada. E não importa qual das outras se utilize em relação à cultura popular – cultura de massa, alta cultura, cultura da classe operária, cultura folclórica, etc. – ela sempre vai trazer a certa inflexão teórica e política para a definição de cultura popular.

Ao buscar referências no contexto brasileiro, Russef (2001) traz Silvio Romero (1851-1914) para delinear cultura popular. Sua biografia o descreve como crítico, ensaísta, folclorista, polemista, professor e historiador da literatura brasileira, um pesquisador bibliográfico minucioso, preocupado com o levantamento sociológico em torno do autor e da obra e, Russef

(2001) destaca que, a força de suas ideias, estava no profundo sentido de brasilidade que imprimia a tudo que escrevia.

Sob essa mesma base, Russef (2001) apresenta as ideias de Mario de Andrade (1893-1945), cuja biografia assinala que fez várias viagens pelo Brasil, com o objetivo de estudar a cultura de cada região, recolhendo informações como festas populares, lendas, ritmos, canções, modinhas, etc., pesquisas essas que lhe renderam obras como "Macunaíma", "Clã do Jabuti" e "Ensaio sobre a Música Brasileira". No Primeiro Tempo do Modernismo (1922-1930) a lei era se libertar do modismo europeu, procurar uma linguagem nacional e promover a integração entre o homem brasileiro e sua terra.

O paralelo entre Romero e Andrade sobre o tema cultura popular, na visão de Russef (2001), se constitui no interesse comum pela pesquisa etnográfica de base cultural, nas observações e idas a campo para coleta de material folclórico junto a seus produtores e subsequente análise e reflexão crítica, assim como no interesse pelas matrizes históricas ancestrais, principalmente a portuguesa, a africana e a indígena.

Vale ressaltar o zelo com que tanto Silvio Romero quanto Mario de Andrade lidavam com as manifestações da cultura popular, atentando para que fosse resguardada a originalidade do ato criador, porque é ela que permite conhecer como cada povo modifica e adapta ao seu meio, a lição primitiva.

Russef (2001, p. 95) descreve que “[...] tanto na arte popular quanto na erudita – em particular na literatura – Silvio Romero procura identificar o conteúdo de brasilidade expresso na produção da época, cujos entrecos e personagens deveriam ser fotografados da realidade” e ainda continua, dizendo que toda produção do espírito brasileiro deveria estar em sintonia com sua autenticidade cultural, inserida em seu tempo e em seu meio.

Pode-se constatar, mediante o exposto, que cultura popular é um conjunto de manifestações que caracteriza os elementos culturais próprios de uma coletividade, que expressa costumes e memórias acolhidos e transmitidos por várias gerações.

A interação contínua entre as pessoas de uma comunidade e de diferentes regiões, assim como a necessidade do ser humano se relacionar com o ambiente vivido, resguardado seu caráter particular, provocam a disseminação de manifestações culturais por meio da música, literatura, gastronomia, das produções artísticas como o artesanato, o *design*, que, se explorados como atividades econômicas criativas, podem gerar emprego e renda, levando desenvolvimento a comunidades com riqueza tradicional, porém pouco cultivadas.

A economia criativa, que valoriza o capital humano para promover o crescimento, pode ser o meio de incremento para essas atividades vernaculares, carregadas de símbolos, signos e significados.

4 ECONOMIA CRIATIVA NO CONTEXTO DO *DESIGN*

O Reino Unido tem sido líder no desenvolvimento da economia criativa e sob a ótica do *British Council*®, organização internacional, sem fins lucrativos, responsável pelas relações culturais e oportunidades de educação, o mundo está concebendo a economia criativa como uma parte determinante e crescente da economia global e, o papel que desempenha como fonte de empregos, de riqueza e de compromisso cultural, se destaca junto aos governos e os setores criativos ganhando cada vez mais importância no cenário mundial.

Essa agenda tem sido conduzida pelo Reino Unido devido a importância da economia criativa em promover a inclusão social, a diversidade e o desenvolvimento, fatores que ultrapassam a incidência econômica, mas que valorizam o capital humano.

O *British Council*® 2010 – Unidade de Economia Criativa, elaborou um documento, denominado – *Economia Criativa*: um guia introdutório, de autoria de John Newbiggin, que se tornou uma ferramenta para a compreensão da dinâmica econômica e jurídica das indústrias protegidas pelo direito autoral. Esse documento (e a série da qual faz parte) constitui um aporte aos conhecimentos e para a experiência coletiva desse novo setor.

Antes de qualquer análise crítica sobre o tema, é de suma relevância o entendimento dos seus conceitos, definições e amplitude das abordagens multi e interdisciplinares relacionadas ao ambiente da economia da cultura, que valoriza a igualdade, a liberdade de expressão, a reciprocidade e a sustentabilidade, no qual, a economia criativa torna-se, cada vez mais, a principal ligação entre a cultura, a economia e a tecnologia. De acordo com Newbiggin (2010, p. 13),

As ‘indústrias culturais’ são tão antigas quanto a humanidade. Evidentemente, as mídias digitais e os milhares de empresas criativas que vêm se tornando possíveis pelas tecnologias digitais são novas. Também o são muitos dos bens e serviços próprios de um mercado global cada vez mais sofisticado. Mas o desejo de criar coisas que vão além da dimensão pragmática (coisas que são bonitas ou que comunicam um valor cultural através da música, teatro, entretenimento e artes visuais ou, ainda, que comunicam uma posição social através do estilo e da moda) é tão antigo quanto a humanidade. Sempre existiram e existirão pessoas com a imaginação e os talentos necessários para consegui-lo, assim como pessoas que pagarão por ele. Esta é a base da economia criativa.

Essas indústrias culturais são uma das raízes da economia criativa atual, contudo, sua origem aconteceu quando as antigas tradições do trabalho cultural e industrial – *design*, produção, decoração e representação – começaram a ter conexões com uma gama mais ampla de atividades produtivas modernas – a publicidade, o *design*, a mídia de imagens em movimento

– e, quando começaram a ter maior alcance pelo poder da tecnologia digital (NEWBIGIN, 2010).

O diferencial da economia criativa em relação a qualquer outro setor da economia é a ampla e complexa herança cultural. “A economia criativa mistura valores econômicos e valores culturais”, infere Newbigini (2010, p. 13).

Na mesma vertente, o economista Will Hutton, aludido por Newbigini (2010, p. 14) proferiu que “as ideias com valor expressivo [...] geram novos pontos de vista, prazeres, experiências; constroem conhecimentos, estimulam as emoções e enriquecem nossas vidas”.

Durante boa parte da história humana, a atividade cultural não esteve compreendida como um componente da economia e abrangia atividades nas quais as pessoas pensavam quando deixavam de trabalhar, não fazendo parte da sua vida laboral.

A maioria dos produtos e serviços das indústrias criativas, como por exemplo um novo *design* conceitual ou um ícone religioso, têm um valor expressivo, ou seja, um significado cultural que pouco ou nada tem a ver com os custos da sua produção ou utilidades. Seu valor de troca, enquanto estágio final, seu nível de preço ideal no mercado e seu valor funcional, determinado pela maneira como se usam no dia a dia, são consequências de seu significado. Newbigini (2010, p. 15) descreve que:

Na medida em que as economias mundiais se tornam cada vez mais competitivas e produtivas, as chaves do seu sucesso econômico passam a ser a sua genialidade e as habilidades individuais. Hoje, a grande diferença entre produtos e serviços de sucesso e aqueles que não têm êxito, é um bom design, tanto nos processos como dos produtos - e uma boa gestão de marketing.

O componente fundamental das economias durante a maior parte da história da humanidade, foi o trabalho humano. Na era industrial do século XX o capital predominou e agora, na era da informação do século XXI é o talento, a imaginação, a habilidade e o conhecimento, a criatividade que estão se tornando protagonistas.

A criatividade é um processo disruptivo, termo que provém do inglês, do substantivo *disruption*, que se refere a um problema inesperado ou algo que interrompe uma ação. Assim, o disruptivo serve para desorganizar ou alterar alguma circunstância de forma bruta, que questiona os limites e os pressupostos estabelecidos, levando a pensar além dos limites. A criatividade impulsiona a inovação e a inovação impulsiona mudanças, por conseguinte, o que define a inovação é o elo entre o livre curso das ideias criativas com as realidades práticas da vida econômica, a capacidade de avançar de forma sistemática, ordenada, mas podendo alterar o modo de fazer as coisas (NEWBIGIN, 2010).

Na esfera da inovação, o elemento disruptivo apresenta um novo modelo de negócio, algo que surge com um propósito diferente e, nesse sentido, é algo positivo. Nos últimos anos, foi possível perceber o registro do termo inovação disruptiva, foco característico das novas empresas, que incorporam estratégias tecnológicas atípicas e diferentes de seus competidores. Essa ideia expressa um conceito da criatividade, estabelece fazer algo de outra maneira, que interrompa o processo evolutivo, com um elemento impactante, podendo ser uma tecnologia ou um serviço, de maneira disruptiva, diferente, revolucionária e criativa (NEWBIGIN, 2010). As palavras de Rodrigues (2013, s. p.) destacam que

No mundo dos negócios descrito por Christensen, a inovação disruptiva vai muito além da inovação revolucionária. Esta representa um salto inesperado e de grande impacto (num produto ou serviço, por exemplo), mas não subverte o mercado. Disruptiva é a tecnologia ou a inovação que, introduzida por empresas menores para um público menos exigente e até então desassistido pelas gigantes do mercado com seus produtos sofisticados de alto custo, altera definitivamente as regras do jogo e leva Davi a derrotar Golias. O que, claro, dá conta de grande parte do que vem ocorrendo mundo afora na esteira do tsunami digital – e explica que Christensen seja considerado um dos ideólogos de cabeça de Vale do Silício.

A inovação constante de produtos, processos e métodos torna-se a regra e não a exceção e apresenta-se como uma das características mais distintivas das indústrias criativas, nas quais a criatividade tem um papel mais preponderante do que em outras áreas da economia, fato que desperta, mundialmente, interesse crescente nos resultados que esse marco conceitual da inovação pode cultivar em outros setores da economia, o que tornaria as indústrias criativas catalizadoras de mudanças amplas e essenciais (NEWBIGIN, 2010).

Em um estado geral, as indústrias criativas não só definem as particularidades distintivas de diferentes sociedades, mas também proporcionam os meios pelos quais as culturas e as comunidades se comunicam entre si, o que resulta em prazer e significado, enriquecendo a existência das pessoas e, de uma maneira ampla, são uma expressão da elevação do padrão de vida.

Newbigin (2010, p. 17) ressalta que “quanto mais pessoas sejam capazes de elevar suas ambições econômicas para além das necessidades básicas de alimentação e moradia, tanto mais desejarão consumir bens criativos.”

Perante o fato de que, atualmente, mais da metade da população mundial vive nas cidades, com acesso aos sistemas de comunicação eletrônica, as indústrias criativas estão conformando as experiências culturais coletivas.

Somado a esse aspecto, muitas pessoas não apenas consomem esses bens, mas também os fazem e para tanto, a criatividade fornece meios de expressão individual ou de compartilhamento e trabalho conjunto, abolindo boa parte da divisão tradicional existente em outros setores da economia, aquela que divide profissionais de amadores, mas transforma-se na que faz a união da economia informal às estruturas da atividade econômica e comercial (NEWBIGIN, 2010).

O *design*, a arquitetura, a publicidade e parte relevante da indústria de *software* satisfazem necessidades de empresas mais do que de consumidores individuais, enquanto que outros segmentos das indústrias criativas, tais como do cinema, da música, dos jogos é voltada diretamente para o consumidor, desempenhando um papel cada vez mais importante para promover a inovação e o crescimento em outros setores da economia (NEWBIGIN, 2010).

Aplicar a inteligência criativa e a imaginação para cada parte da economia contemporânea, desde os processos básicos de manufatura até a oferta de serviços públicos de base como saúde e educação, por exemplo, tem instituído uma aplicação cada vez mais aprimorada de conhecimentos. Deste modo, um bom *design*, além de apresentar impacto visual, pode auxiliar nos níveis de custos e nos resultados de vários artefatos ou atividades, contribuindo consideravelmente para o bem-estar dos usuários.

Na concepção de Newbigin (2010, p. 18), “o mundo está mudando em direção a uma economia que depende mais da criatividade e do conhecimento do que de qualquer outra matéria prima”.

É importante reconhecer que as indústrias criativas têm impacto nos recursos naturais e no ambiente e cabe ressaltar que, um *design* excessivo pode gerar desperdícios de consumo, a exemplo das indústrias digitais, que consomem altos níveis de energia, no entanto, geram empregos e valores com consequências menores sobre a natureza do que outras atividades econômicas (NEWBIGIN, 2010).

Nesses termos, a economia criativa se mostra como uma das maneiras de haver uma economia crescente, sustentável e capaz de oferecer melhor qualidade de vida para a maioria da população mundial e, especialmente, em utilizar o poder da criatividade em todas as fases da vida econômica.

O Ministério da Economia e Finanças do Reino Unido, em documento datado de 2 de dezembro de 2005, elencou os conceitos básicos que envolvem a economia criativa, elucidando que:

a. Criatividade

É a geração de novas ideias – novas maneiras de olhar para problemas existentes ou de ver novas oportunidades – talvez explorando tecnologias emergentes – ou mesmo mudanças que ocorrem nos mercados.

b. Inovação

É a exploração bem sucedida de novas ideias. É o processo por meio do qual essas novas ideias são traduzidas em novos produtos, novos serviços, novas maneiras de conduzir os negócios ou mesmo novas maneiras de fazer negócios.

c. *Design*

É o que une criatividade e inovação. O *design* transforma ideias tornando-as propostas práticas para usuários ou consumidores e pode ser definido como a criatividade aplicada a um fim específico.

No Brasil, sob o alicerce teórico do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), economia criativa é o conjunto de negócios baseados no capital intelectual, cultural e na criatividade que gera valor econômico, abrange os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam capacidade criadora, cultura e capital intelectual como insumos primários. A indústria criativa estimula a geração de renda, cria empregos e produz receitas de exportação, enquanto promove a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

Países desenvolvidos ou em desenvolvimento vêm trilhando novos caminhos onde a inteligência de novos modelos de negócios, novos processos, novas tecnologias, dentre tantos outros artifícios decorrentes da criatividade, imaginação e inovações, vêm ganhando espaço, tornando-se requisitos fundamentais tanto para profissionais autônomos ou liberais, como artesãos, quanto para empresas individuais e/ou de portes maiores, enquanto atores de desenvolvimento local. Tais caminhos, forçam esses atores a saírem do lugar comum e ampliarem a participação de mercado com produtos e serviços diferenciados daqueles existentes, cujos fatores competitivos intrínsecos, como o baixo custo de mão-de-obra, por exemplo, fomentam a competição predatória, em que a capacidade intelectual não é devidamente valorizada (SEBRAE, 2017)

A economia criativa, ao focalizar a capacidade criadora, a ideia e a novidade, não fica restrita somente a produtos, serviços e tecnologias, mas engloba processos, modelos de negócios, modelos de gestão, como dito anteriormente, que deve obrigatoriamente incluir as atividades relacionadas ao conhecimento e à habilidade intelectual, não se limitando às

chamadas indústrias criativas ou indústrias culturais, e desse modo, não se balizando nos conceitos originais de Direitos Autorais, Patentes, Marcas Comerciais e *Design* (ECONOMIA CRIATIVA, 2017).

O SEBRAE (2017) atua para transformar a habilidade criativa natural em ativo econômico e recurso para o desenvolvimento de negócios duradouros, além de estimular modelos inovadores que desenvolvem a economia criativa brasileira. Age em parceria com entidades representativas da economia criativa em esfera nacional, que são negociadas e formalizadas conforme os normativos internos e a metodologia de gestão de projetos. Atualmente, as entidades parceiras do SEBRAE (2017) no segmento de economia criativa são:

1. Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (Apro)

Entidade sem fins lucrativos, que representa os interesses dos produtores de obras audiovisuais (publicitárias e de conteúdo). Participa ativamente do desenvolvimento desse mercado em defesa dos interesses comuns. Está presente em discussões sobre novas leis, dissídios de categoria, propostas da auto-regulamentação de mercado e mecanismos que facilitem e minimizem os custos de produção. Atualmente, a APRO possui mais de 80 associados, que estão vinculados à categoria Institucional e ainda conta com associados exclusivos das plataformas *Film Brazil* (internacionalização) e Objetiva (capacitação e conteúdo de marca).

2. Associação Brasileira dos Desenvolvedores de Jogos Digitais (Abragames)

Criada em 2004 por um grupo de empresas de desenvolvimento, surgiu como uma entidade sem fins lucrativos e com o objetivo de fortalecer a indústria nacional de desenvolvimento de jogos. Seus principais objetivos são organizar, coordenar, fortalecer e promover a indústria brasileira de jogos digitais por meio da representação e interlocução do ecossistema nacional e internacional, construindo um entendimento de todos os elementos de nossa cadeia de valor, bem como a promoção de eventos e parcerias que tragam ao estado da arte o desenvolvimento da indústria de jogos no Brasil.

3. Brasil Audiovisual Independente (Bravi)

Entidade sem fins lucrativos fundada em 1999, com o intuito de reunir e fortalecer as empresas, voltadas à produção de conteúdo para televisão e mídias digitais nos mercados nacional e internacional.

4. Associação Brasileira da Música Independente (ABMI)

Fundada em 2002, é organizadora do mercado fonográfico independente e única detentora de convênios fonográficos para o exercício da exploração do direito autoral. Atua não apenas no mercado brasileiro, mas também no mercado internacional aliando-se a outras organizações setoriais da música tendo como objetivo maior a integração do mercado brasileiro ao mercado mundial de música gravada.

A missão é fomentar a organização, capacitação e desenvolvimento dos agentes do setor fonográfico brasileiro a fim de promover melhores resultados financeiros, oportunidades de negócios e o seu contínuo fortalecimento frente ao poder dos grandes grupos internacionais de música e tecnologia.

5. Agência Nacional do Cinema (Ancine)

Criada em 2001 pela Medida Provisória 2228-1, é uma agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. É uma autarquia especial, vinculada desde 2003 ao Ministério da Cultura, com sede e foro no Distrito Federal e Escritório Central no Rio de Janeiro.

A missão é desenvolver e regular o setor audiovisual em benefício da sociedade brasileira. Encerrado o ciclo de sua implementação e consolidação, a ANCINE enfrenta agora o desafio de aprimorar seus instrumentos regulatórios, atuando em todos os elos da cadeia produtiva do setor, incentivando o investimento privado, para que mais produtos audiovisuais nacionais e independentes sejam vistos por um número cada vez maior de brasileiros.

6. Ministério da Cultura (MinC).

O Ministério da Cultura é um órgão da administração pública federal direta que tem como áreas de competência a política nacional de cultura e a proteção do patrimônio histórico e cultural.

Por meio das metas do Plano Nacional da Cultura, o MinC trabalha a concepção de cultura articulada em três dimensões: simbólica, cidadã e econômica.

A dimensão simbólica aborda o aspecto da cultura que considera que todos os seres humanos têm a capacidade de criar símbolos que se expressam em práticas culturais diversas como idiomas, costumes, culinária, modos de vestir, crenças, criações tecnológicas e arquitetônicas, e também nas linguagens artísticas: teatro, música, artes visuais, dança, literatura, circo, etc.

A dimensão cidadã considera o aspecto em que a cultura é entendida como um direito básico do cidadão. Assim, é preciso garantir que os brasileiros participem mais da vida cultural, criando e tendo mais acesso a livros, espetáculos de dança, teatro e circo, exposições de artes

visuais, filmes nacionais, apresentações musicais, expressões da cultura popular, acervo de museus, entre outros.

A dimensão econômica envolve o aspecto da cultura como vetor econômico. A cultura como um lugar de inovação e expressão da criatividade brasileira faz parte do novo cenário de desenvolvimento econômico, socialmente justo e sustentável.

7. *Brasil Music Exchange (BM&A)*

A Brasil Música & Artes (BM&A) é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) fundada em julho de 2001 com o objetivo de desenvolver ações de capacitação, negócios e imagem no país e no exterior, além de promover a marca Brasil por meio da música.

Outro objetivo da entidade é integrar empresas que representam toda a cadeia de negócios da música: selos, gravadoras, distribuidoras de produtos físicos e digitais, editoras, gestores de carreira de artistas, produtores culturais e plataformas tecnológicas/novos negócios.

8. *Brazilian Games Developers (BGD)*

O BGD, Projeto Setorial de Exportação *Brazilian Game Developers*, é um programa sem fins lucrativos, criado pela Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos (ABRAGAMES), em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), com o objetivo de fortalecer a indústria brasileira de jogos digitais, capacitando e criando novas oportunidades de negócios para as empresas brasileiras no mercado internacional.

A Apex-Brasil tem a missão de desenvolver a competitividade das empresas brasileiras, promovendo a internacionalização dos seus negócios e a atração de investimentos estrangeiros diretos.

9. *Brazilian Content*.

O Projeto de Exportação *Brazilian Content* é um programa sem fins lucrativos que tem como metas promover novas oportunidades de coprodução e exportação de conteúdo audiovisual para produtores brasileiros. Nasceu em 2004, por meio de uma parceria entre a Brasil Audiovisual Independente (BRAVI), a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (SAv/MinC).

O *Brazilian Content* atua em diversos eventos internacionais como MIPCOM, Mifa/Annecy, Kidscreen, Sunny Side of the Doc, entre outros dando suporte para a participação do produtor brasileiro.

Em 2017, o *Brazilian Content* passa a dar mais ênfase aos setores de produção de vídeo *online* e multiplataforma, por meio de presença em eventos específicos do segmento, como *VidCon* e *Mediamorfosis*. No Brasil, o *Brazilian Content* realiza ações de treinamento e capacitação, além de organizar missões e rodadas de negócios com produtores internacionais.

10. Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) - Cultura e Economia Criativa.

Fundado em 1952, é um dos maiores bancos de desenvolvimento do mundo e, hoje, o principal instrumento do Governo Federal para o financiamento de longo prazo e investimento em todos os segmentos da economia brasileira.

Para isso, apoia empreendedores de todos os portes, inclusive pessoas físicas, na realização de seus planos de modernização, de expansão e na concretização de novos negócios, tendo sempre em vista o potencial de geração de empregos, renda e de inclusão social para o País.

O apoio do BNDES ocorre por meio de financiamento a investimentos, subscrição de valores mobiliários, prestação de garantia e concessão de recursos não reembolsáveis a projetos de caráter social, cultural e tecnológico. O Banco atua por meio de produtos, programas e fundos, conforme a modalidade e a característica das operações.

Por ser uma empresa pública e não um banco comercial, o BNDES avalia a concessão do apoio com foco no impacto socioambiental e econômico no Brasil. Incentivar a inovação, o desenvolvimento regional e o desenvolvimento socioambiental são prioridades para a instituição.

O BNDES oferece condições especiais para micro, pequenas e médias empresas, assim como linhas de investimentos sociais, direcionadas para educação e saúde, agricultura familiar, saneamento básico e transporte urbano e, em situações de crise, tem fundamental atuação anticíclica e auxilia na formulação das soluções para a retomada do crescimento da economia (BNDES/CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA, 2017).

Conforme dispõe o SEBRAE (2017), os segmentos criativos podem ser alinhados de acordo com suas afinidades setoriais e serem divididos em quatro grandes áreas:

1. Consumo (*design*, arquitetura, moda e publicidade)
2. Mídias (editorial e audiovisual)
3. Cultura (patrimônio e artes, música, artes cênicas e expressões culturais)
4. Tecnologia (P&D, biotecnologia e TIC)

Destaca que, dentre as prioridades para o sistema, estão áreas específicas e elenca como mais significativos os seguintes campos:

- a. Arquitetura
- b. Artes visuais
- c. Cinema
- d. Televisão
- e. Publicidade e outras mídias
- f. *Design*
- g. Games
- h. Editoração
- i. Música
- j. Comunicação

O SEBRAE (2017) aponta que os trabalhadores da indústria criativa possuem características semelhantes entre seus segmentos, com identificação de movimentos e tendências, desta feita, busca apoiar os negócios criativos enfatizando suas ações, como demonstra o enunciado a seguir:

- a. Formar e fortalecer redes de empreendimentos criativos
- b. Atender demandas de mercado
- c. Inovar em processos
- d. Valorizar a identidade local
- e. Disseminar novos modelos de negócios
- f. Atrair investimentos em novos segmentos de mercado, gerando novas oportunidades de negócios
- g. Incentivar negócios (dentro dos segmentos) e gerar inovações e diferenciais competitivos nas cadeias produtivas (por meio da transversalidade)
- h. Promover a educação para as competências criativas por meio da qualificação de profissionais capacitados para a criação e gestão de empreendimentos criativos
- i. Gerar conhecimento e disseminar informação sobre economia criativa
- j. Identificar vocações e oportunidades de desenvolvimento local regional
- k. Apoiar a alavancagem da exportação de produtos criativos
- l. Apoiar a maior circulação e distribuição de bens e serviços criativos.

Evidenciar a parceria do SEBRAE com o BNDES e com o MinC se faz necessária dada a importância do papel desses órgãos no incremento da cultura e economia criativa no Brasil, com atuações e argumentos relevantes sobre o que e como fazer para apoiar as três dimensões culturais citadas, quais sejam, a simbólica, a cidadã e a econômica.

4.1 Cultura e economia criativa

Para o BNDES (2017), cultura é desenvolvimento e por isso, apoia o setor audiovisual, a cadeia produtiva do livro e a preservação e restauração do patrimônio histórico, artístico e arquitetônico do país. Aposta na rica diversidade cultural brasileira para impulsionar o desenvolvimento do país e destaca que suas variadas manifestações movimentam cadeias produtivas que geram trabalho, emprego e renda, e principalmente promoverem inclusão social.

Para apoiar o setor, o Banco dispõe de diversos instrumentos, como financiamentos, recursos não reembolsáveis e fundos de investimento.

Por meio do BNDES Fundo Cultural, há o apoio ao Patrimônio Cultural Brasileiro, incluindo a preservação de monumentos históricos, acervos e do patrimônio imaterial, a exemplo das danças regionais que identificam as tradições da sociedade brasileira.

Considera-se patrimônio cultural brasileiro o patrimônio material, o patrimônio imaterial e os acervos memoriais tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade e à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, conforme o artigo 216 da Constituição Federal Brasileira. No âmbito do apoio do BNDES, as instituições portadoras de referência à identidade cultural brasileira assim como as instituições de caráter histórico que representam legitimamente um bem cultural brasileiro também serão consideradas patrimônio cultural brasileiro (BNDES, 2017).

Importante ressaltar as definições de cada terminologia relativas a patrimônio cultural brasileiro para que se entenda a dimensão e o valor das categorias passíveis de apoio pelo BNDES e consequente Desenvolvimento Local. São elas:

1. Patrimônio Material

- a) Definição: monumentos; conjuntos urbanos e paisagísticos, inclusive equipamentos urbanos e de infraestrutura; paisagens naturais; ruínas; jardins e parques históricos; terreiros; e sítios arqueológicos.

- b) Critérios formais de reconhecimento: tombamento federal ou estadual; tombamento de conjuntos.
- c) Critérios formais de reconhecimento para processos de formalização: processo de tombamento aprovado pelo menos no nível do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) - regional. E, para tombamento estadual, somente o definitivo.

2. Patrimônio Imaterial

- a) Definição: segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), são as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – com instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados – que as comunidades reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Nos termos do IPHAN, são práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares (como mercados, feiras e santuários que abrigam práticas culturais coletivas).
- b) Critérios formais de reconhecimento: registro pelo IPHAN.
- c) Critérios formais de reconhecimento para processos de formalização: inventário ou processo de registro em andamento.

3. Acervos Memoriais

- a) Definição: Bens patrimoniais de inegável valor histórico, pelos quais se pode ter acesso a informações valiosas de várias áreas do saber, de forma a preservar a identidade e a memória de uma comunidade. Este conjunto incluiu acervos museológicos, arquivísticos e bibliográficos; considerando a variedade de suportes possíveis, como coleções arqueológicas, documentais, videográficas, fotográficas e cinematográficas; e a diversidade de instituições de guarda, como arquivos, cinematecas, museus e bibliotecas.
- b) Critérios formais de reconhecimento:
 1. Tombamento pelo IPHAN; Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade do IPHAN; registro como “Memória do Mundo” da UNESCO nos níveis mundial, nacional ou regional;
 2. Listagem do acervo bibliográfico no Catálogo do Patrimônio Bibliográfico Nacional - CPBN gerido pela Biblioteca Nacional;
 3. Declaração do acervo arquivístico privado como de interesses público e social pelo Conselho Nacional de Arquivos - CONARQ;

4. Pertencer a Museus Públicos Federais, de relevância nacional;
5. Acervos históricos de Arquivos Públicos (federal, estaduais ou municipais);
6. Processo de formalização do tombamento em curso no IPHAN, com tombamento aprovado pelo menos no nível regional;
7. Processo de formalização do registro em curso na UNESCO, com indicação pelos órgãos competentes.
8. Critérios Qualitativos: Ser considerado relevante e representativo de fatos memoráveis da história do Brasil ou possuir valor arqueológico, etnográfico, biográfico ou artístico ou que atestem o reconhecimento internacional, nacional ou regional por meio de premiações, publicações e outros;
9. Ter sido produzido por artista brasileiro ou ser integrado a coleções brasileiras ou brasileiras;
10. Possuir 25 anos ou mais de antiguidade.

4. Instituição Cultural

- a) Definição: instituição portadora de referência à identidade cultural brasileira; ou instituição de caráter histórico que representa legitimamente um bem cultural brasileiro (BNDES/APOIO AO PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO, 2017).

O BNDES (2017) dispõe que caberá ao Comitê de Patrimônio Cultural e Economia da Cultura (CPCult), a avaliação dos projetos ou ações em relação à inserção no conceito de Patrimônio Cultural Brasileiro e poderá, uma vez necessário, solicitar análise de especialistas externos para os casos que não apresentem critérios formais de reconhecimento.

Os projetos ou ações devem estimular e desenvolver as cadeias produtivas locais e da economia da cultura, além de fomentar impactos sociais, ambientais, econômicos e regionais, tais como:

1. Incremento do turismo, comércio local, setor de serviços;
2. Capacitação de profissionais da economia da cultura;
3. Revitalização de áreas degradadas;
4. Iniciativas de caráter social, como o desenvolvimento em conjunto com artesãos e empresas locais;
5. Planejamento e realização de cursos para capacitação de instituições, para a elaboração de projetos e captação de recursos; e/ou

6. Outras ações de estímulo à dinamização das cadeias produtivas da cultura e suas externalidades positivas (BNDES/APOIO AO PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO, 2017).

O MinC estabeleceu 53 metas para serem cumpridas até 2020, por meio do Plano Nacional de Cultura (PNC), que foi elaborado para “orientar o desenvolvimento de programas, projetos e ações culturais que garantam a valorização, o reconhecimento, a promoção e a preservação da diversidade cultural existente no Brasil” (PNC/CULTURA DIGITAL, 2017).

O Plano Nacional de Cultura (PNC) é um conjunto de princípios, objetivos, diretrizes, estratégias e metas que devem orientar o poder público na formulação de políticas culturais. Previsto no artigo 215 da Constituição Federal de 1988, o Plano foi criado pela Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010.

O PNC baseia-se em três dimensões de cultura, como assinalado anteriormente, que se complementam, sendo a cultura como expressão simbólica, a cultura como direito de cidadania e a cultura como potencial para o desenvolvimento econômico, além da necessidade de fortalecer os processos de gestão e participação social. São dezoito setores culturais com representação no Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC), sendo

[...] arquitetura e urbanismo; arquivos; arte digital; artes visuais; artesanato; circo; cultura indígenas; culturas populares; dança; design; expressões artísticas culturais afro-brasileiras; livro, leitura e literatura; moda; museu; música; patrimônio imaterial; patrimônio material e teatro (METAS do PCN, 2011; CNPC, 2017).

Segundo atualizações do PCN (2017), onze setores culturais possuem Planos Setoriais já elaborados tais como: arquivo; artes visuais; artesanato; circo; dança; *design*; expressões artísticas culturais afro-brasileiras; livro, leitura e literatura; moda; museu e teatro.

Além dos Planos Setoriais, Planos Territoriais, que são os Planos de Cultura do Distrito Federal, dos estados, ou dos municípios, também estão sendo elaborados no intuito de fazer um diagnóstico da cultura em um dado território e, por meio de um conjunto de objetivos, estratégias, metas e ações, as políticas culturais são direcionadas de acordo com as peculiaridades de cada região, necessitando, para que os planos se sustentem, do envolvimento dos entes federados e da sociedade (PNC/CULTURA DIGITAL, 2017).

4.2 Territórios culturais

O território, sob o ponto de vista da cultura, enquanto apoio da organização social e de seus valores, torna-se o principal meio de interferência do desenvolvimento e da diversidade cultural. Aproxima diferentes comunidades e seus acervos simbólicos, sendo essencial para as ações empreendidas localmente e que levem ao processo de desenvolvimento.

Desse modo, essas ações delineadas no território, colaboram para “a redução da pobreza, a melhoria da qualidade de vida, o fortalecimento das identidades (coletivas e individuais), o respeito e a valorização das subjetividades, e a autonomia das comunidades para condução dos seus próprios projetos de futuro” (TERRITÓRIOS CULTURAIS/CULTURA DIGITAL, 2017, s. p.).

O valor da cultura e da criatividade na economia podem contribuir sobremaneira para a melhoria da qualidade de vida dos povos com vistas ao Desenvolvimento Local, base conceitual e executiva para os Arranjos Produtivos Locais (APL).

As perspectivas territorial e de sustentabilidade são reforçadas, de maneira a dispor os ativos culturais como meio fundamental para construção dos territórios desejáveis e de suas populações e, portanto, das políticas públicas de desenvolvimento.

Nessa esteira, Arranjos Produtivos Locais (APL), conforme exposto na 7ª. Conferência Brasileira de Arranjos Produtivos Locais (CBAPL) são “aglomerações de empreendimentos, localizados em um mesmo território, que apresentam alguma especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais” (MinC, 2015). São exemplos de Arranjos Produtivos Locais Intensivos em Cultura:

1. Artes de Espetáculo

Candeal – BA - Cultural Caipira – SP - Festejos e Quadrilhas Juninas – CE - Festejos Populares de São Cristóvão – SE - Mata Norte Criativa – PE - Movimento Artístico e de Proteção Ambiental – MG

2. Artesanato

Artesanato de Rondônia – RO - Artesanato do Alto Solimões – AM - Artesanato do Capim Dourado do Jalapão – TO - Gemas e Artefatos de Pedra de Teófilo Otoni – MG - Teares do Xixá - GO

3. Audiovisual, *Design* e Games

Audiovisual de Goiânia – GO - Audiovisual de Natal - RN - Design, Audiovisual e Economia Criativa - SP - Jogos Digitais - RS - Zona da Mata - MG

4. Moda e Confeção

Bonés de Apucarana – PR - Confeções e Moda Leste Fluminense – RJ - Confeções e Moda Noroeste Fluminense – RJ - Marca Brasília – DF - Moda e Design – Polo Metrópole – PA - Moda Íntima de Frecheirinha – CE

5. Turismo Cultural

Turismo Lagoas e Mares do Sul - AL - Economia Criativa Vale do Rio Cuiabá - MT - Corredor Criativo Nestor Gomes - ES - Rota Pantanal Bonito - MS - Turístico Cultural do Maciço de Baturité - CE

6. Projetos Transversais

Banco Comunitário da Ceilândia – DF - Comunidades Tradicionais em Rede – GO - Territórios Criativos Indígenas – MT - Territórios Criativos Quissamã/Madureira/Paraty/Cariri – RJ/CE.

O quadro 3 descreve o contexto do Território Cultural – Bonito, MS, características, atrativos, e região envolvida no Arranjo Produtivo Local (APL).

Quadro 3 – Territórios Culturais – Bonito - MS

22 – Rota Pantanal Bonito – MS
<p><i>O Arranjo Produtivo Local Turismo Rota Pantanal Bonito (MS)</i> – A rota Pantanal – Bonito é um espetáculo de histórias, sons e cores em uma geografia privilegiada. Os atrativos culturais e naturais, além de sua biodiversidade, podem ser vistos em cada ponto da rota. A rota turística, produto do arranjo, tem em seus extremos as cidades de Bela Vista, Ponta Porã, Porto Murtinho e Corumbá. Seguindo estão as cidades de Jardim, Guia Lopes da Laguna, Bonito, Aquidauana, Anastácio, Bodoquena, Miranda e Lendário.</p>
<p>A importância histórica e cultural dos municípios que compõem o APL do Turismo Pantanal-Bonito e miscigenação da população da na região resultou em diversas singularidades, as quais se refletem na culinária, música, artesanato e outras formas de manifestações artísticas. A cultura do homem pantaneiro, plenamente adaptado às características ambientais da região, é mais um dos pontos a ser considerado como um diferencial, em termos de atrativos locais.</p>
<p>O APL é integrado por 13 municípios, que possuem aproximadamente: 1270 empreendimentos, 2500 empregos gerados e um faturamento de aproximadamente R\$ 30 milhões por ano.</p>

Fonte: Territórios Culturais/Cultura Digital, 2017

4.3 Cultura e desenvolvimento territorial

O MinC (2015), por intermédio da Secretaria de Políticas Culturais, destaca que nas últimas décadas, houve vários direcionamentos na relação entre cultura e desenvolvimento, desde o pressuposto de que as características culturais poderiam ser obstáculos ao desenvolvimento, chegando, em um sentido oposto, ao entendimento de que cultura é essencial para propostas de desenvolvimento que contribuam para emancipação e autonomia dos indivíduos e das coletividades.

Nessa abordagem, busca-se compreender o desenvolvimento em três dimensões, quais sejam: econômica, ambiental e social, inserindo a cultura como apoio na geração de emprego e crescimento econômico, em um modelo de desenvolvimento que interaja de maneira sustentável nos territórios e nas populações ativas.

Esse olhar permite o fortalecimento de um processo econômico inclusivo, participativo e democrático, cujo objetivo é atuar nas diversas expressões produtivas e espirituais da sociedade (MinC, 2015).

Por meio do programa Territórios Culturais, o Ministério da Cultura, em conjunto com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, procura demonstrar a importância da dimensão territorial e do valor da cultura na economia, principalmente “devido à conectividade de seus processos produtivos e simbólicos, seu papel no estímulo à coordenação de ativos locais e seu impacto na melhoria na qualidade de vida dos cidadãos” (MinC, 2015).

Nas últimas décadas, começou a haver o reconhecimento da importância da criatividade brasileira como insumo de produção, assim como seu papel transformador para geração de valor agregado, inovação e otimização nos mais diversos segmentos.

No caso do *design*, estudos apontam mudanças no perfil da profissão, com o aumento de *designers* de produto, ocupação voltada à compreensão e avaliação das necessidades do mercado e inovação na indústria de transformação (que modifica as matérias-primas obtidas na natureza em utensílios para o ser humano) onde a criatividade é um ativo que vem fazendo a diferença na produção.

Os segmentos criativos no Brasil, como exposto anteriormente, estão divididos em quatro grandes áreas: Consumo (*Design*, Arquitetura, Moda e Publicidade), Mídias (Editorial e Audiovisual), Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC), e serão delineados no capítulo subsequente.

5 DESIGN E SEGMENTOS CRIATIVOS

Design, um dos segmentos criativos incorporado a área do consumo, pode ser definido como a idealização, criação, desenvolvimento, configuração, concepção, elaboração e especificação de artefatos. Uma atividade estratégica, técnica e criativa, normalmente orientada por uma intenção ou objetivo, que pode incrementar a produção de elementos de uso cotidiano ou daqueles de caráter popular, fruto do conhecimento empírico de comunidades.

O *design* ou desenho industrial, de acordo com Barros (2005), amparado na escrita do crítico de arte italiano Gillo Dorfles, um dos fundadores do Movimento Arte Concreta nos anos de 1950, surgiu a partir da Revolução Industrial, período em que houve a necessidade da produção em série para suprir variadas demandas dos centros urbanos que se encontravam em expansão.

Barros (2005) descreve que *design*, segundo aquele crítico, é produzido por meios mecânicos, por meio de atividade projetual (desenho), diferenciando-o de outros ofícios como o artesanato, por exemplo, que é produzido manualmente, resultando em peças únicas, quase sempre com ausência de projeto, transformando possíveis falhas em adereços ou efeitos por vezes inesperados. Amparado em um conceito mais atual, Martins (2007, s. p.), explica que

A palavra desenho provém da italiana *disegno*, termo surgido em meados dos anos mil e quatrocentos, e que deu origem aos termos usados em outras línguas tais como *dessein*, em francês, *diseño*, em espanhol, *design*, em inglês e o nosso, desenho.

Os estudos de Gouveia (2011) apontam que a etimologia da palavra *design* reporta-se ao latim *signare* que denota fazer alguma coisa com distinção, por intermédio de um signo, um objeto, enquanto fenômeno ou ação material que, por natureza ou por convenção, representa algo, ou seja, apresenta significância.

Nesse sentido, é possível afirmar que o *design* se relaciona com a concepção e planejamento de algo idealizado pelo homem, representando seus signos e imagens, objetos físicos, atividades e serviços, sistemas e ambientes, situando-se no domínio do artificial, concebendo a ação, a aparência visual, a comunicação, o processo reflexivo e o pensamento, ou seja, um ato dinâmico que requer conhecimentos técnicos e estéticos que permitam fazer a intercessão entre o natural, advindo da natureza, e o artificial, produzido pela mão do homem (GOUVEIA, 2011).

O SEBRAE (2015, s. p.) publicou um estudo elucidando que

O *design* atravessa os elos da cadeia de valor correspondente ao artesanato, indústria e serviços, como ferramenta de melhorias, bem como, na economia criativa, o *design* tem sua relevância por se tratar de empresas e profissionais que fazem a gestão dos empreendimentos. Diante disso, faz-se necessário um estudo mais focado, envolvendo o *design* no contexto da economia criativa.

Esse estudo apresenta que o *design*, durante seu desenvolvimento, teve momentos em que representava claramente a cultura de um país ou região, porém, com a facilidade da troca de informações em um mundo globalizado, as diferenças entre produtos de diversos países foram diminuindo, fazendo com que fossem aceitos internacionalmente. Hoje, um equilíbrio está se delineando, ou seja, o produto deve ser bem aceito no mundo todo, contudo deve manter uma identidade nacional, deve representar aspectos culturais de seu país de origem (SEBRAE, 2015).

Afora as questões culturais e de identidade que voltam à tona como diferenciais ímpares de produção, inclusive com a possibilidade de Indicação Geográfica (IG), o *design* traz a melhoria dos aspectos funcionais, ergonômicos e visuais do produto, melhorando o conforto, a segurança, de modo a atender às necessidades e promover a satisfação dos usuários.

O *design* é o meio de adicionar valor aos produtos industrializados ou manufaturados, levando à conquista de novos mercados. As empresas têm usado o *design* como instrumento para introduzir diferenciações nos produtos e destacarem-se no mercado perante seus concorrentes, mantendo elevado nível de competitividade (SEBRAE, 2015).

Atividade cuja elaboração envolve a criação e a concepção com criatividade; o *design* abrange processos, metodologias e ferramentas de produção; além de estratégias de distribuição e consumo de produtos e serviços. Aos seus resultados são atribuídas qualidades de inovação, funcionalidade, viabilidades técnica e econômica, adequação ambiental, sociocultural e humana.

Pressupõe uma sequência de passos em que um problema precisa de uma solução, que será transformada em realidade, com as citadas criatividade e inovação, em um processo transversal, que perpassa toda a cadeia produtiva, desde a criação, passando pela produção, *marketing*, até a colocação do produto no mercado.

Nesse sentido, a economia criativa, as indústrias criativas ou setores criativos, que vêm ganhando espaço desde 1997 – momento em que o Reino Unido percebeu a necessidade de inserir novos conceitos em relação aos setores tradicionais de produção – a atividade econômica que usa a criatividade aliada à técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual,

que valoriza os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços, que emprega o capital intelectual como recurso primário e o associa a objetivos econômicos, gera elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico, ou ativos culturais e produtos ou serviços comercializáveis.

Essa nova economia mescla várias linguagens e áreas em função das facilidades geradas pelas novas tecnologias e pela capacidade criativa de se construir e se interagir de modo multidisciplinar, pois falar de economia criativa “é falar de transversalidade, de intersectorialidade, de complexidade, ou seja, do que é tecido conjuntamente” (DEHEINZELIN, 2008, s. p.).

No Brasil, segundo dados do SEBRAE (2015), as empresas de *design* representam importante segmento da indústria criativa, compondo um mosaico que desenvolvem projetos variados que vão do artesanato ao *design* gráfico, produtos e serviços diversos, dentre eles, a arquitetura, *design* de interiores e PDV (stands e comunicação visual em pontos de venda).

O *design* classifica-se na categoria da criatividade aplicada, ou seja, direcionada pela demanda e apontada aos serviços, com objetivos funcionais e por esse caráter, atravessa transversalmente a cadeia de valor do artesanato, da indústria e serviços, interagindo com a tecnologia, qualificando os direitos de propriedade intelectual. “Sem o *design* a maioria dos bens e serviços não existiria ou não conseguiria se diferenciar no mercado” (SEBRAE, 2015).

A indústria criativa do *design* abarca quatro categorias conforme a natureza das atividades e correlações. São elas:

1. Patrimônio material e imaterial – expressões da cultura tradicional como o artesanato, festivais e celebrações; e pontos culturais;
2. Artes – artes visuais como pintura, escultura, fotografia e antiguidades; e artes performáticas como apresentações de música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, marionetes;
3. Mídia – mídia editorial e impressa, como livros, jornais e outras publicações; e audiovisuais como filmes, TV, rádio e outras transmissões;
4. Criatividade aplicada – *design* de interiores, gráfico, de moda, de joias, de brinquedos; mídias como *softwares*, *videogames* e conteúdo criativo digitalizado; e serviços criativos como arquitetura, propaganda, pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativa, recreativa e cultural, e outros serviços criativos relacionados (SEBRAE, 2015).

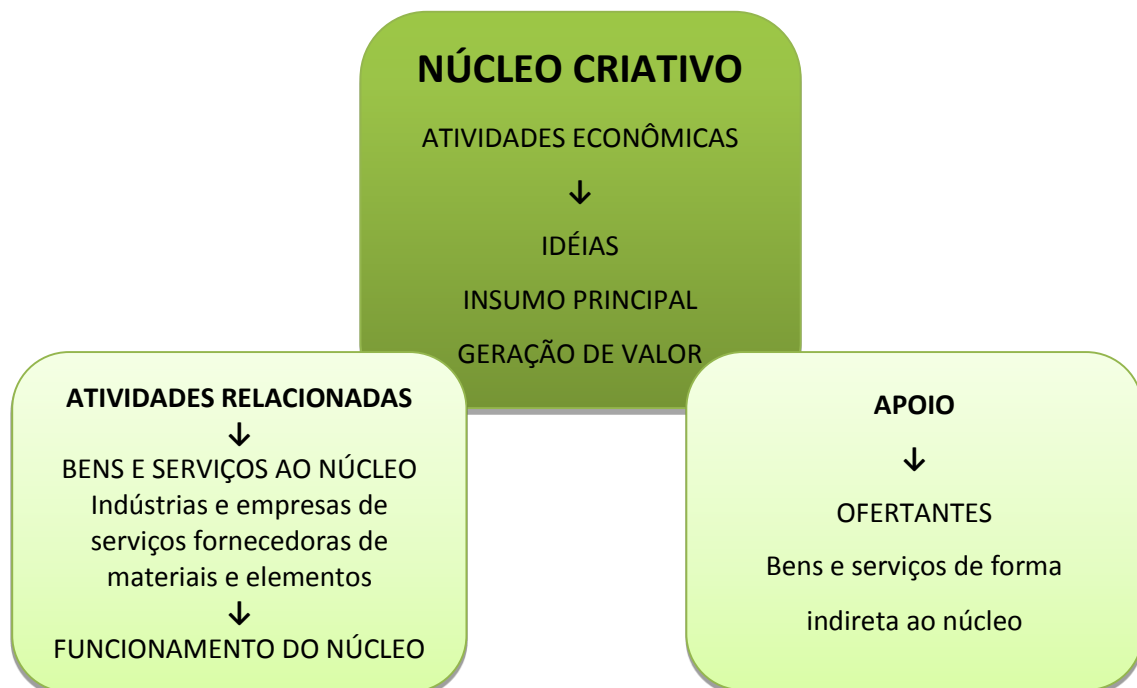
São 15 segmentos criativos subdivididos e correlacionados, conforme demonstrados no quadro 4.

Quadro 4 - Segmentos Criativos

Arquitetura e Engenharia	Artes cênicas	Tecnologia
<i>Design</i> – Artesanato	Expressões Culturais Música	Biotecnologia
Artes Visuais	Filme e Vídeo	P & D Pesquisa & Desenvolvimento
<i>Design</i> de Moda	Publicidade	Computação & <i>Telecom</i>
Artes e Antiguidades Patrimônio Histórico Museus e Galerias	Mercado Editorial	<i>Software</i>

Fonte: SEBRAE (2015)

O SEBRAE (2015) aponta ainda que são três grandes áreas que formam a cadeia da indústria criativa, assim identificadas:



Há quatro segmentos relacionados às artes simbólicas, setores nos quais o uso da iconografia e, nesse estudo especificamente, a sul-mato-grossense, pode ser explorada como expressão de cultura e geração de renda. São eles:

a. Arquitetura

Howkins (2014) enfatiza que, no setor da Arquitetura, os arquitetos são fornecedores da criatividade que fomenta a construção civil, e seu papel artístico e econômico pode envolver desde um pequeno grupo seleto de profissionais renomados, com obras icônicas até outros tantos que projetam e constroem a grande massa de obras do mercado.

Descreve a arquitetura como uma atividade ligada aos direitos autorais e ressalta que se distingue pelo fato de não “depender de palavras e em parte pelo fato dela ter alcançado sua própria iconografia internacional, independentemente de qualquer nação ou cultura” (HOWKINS, 2014, p. 113).

De acordo com Howkins (2014) a economia de um país pode ser mensurada pelo tamanho do mercado da construção civil, porém, destaca que pode haver um crescimento desproporcional do número de escritórios de arquitetura em países cujo setor e capital privados sejam prósperos e onde o sentido patriótico e corporativo seja evidenciado.

b. Artes

Nas artes, outro setor criativo de destaque, Howkins (2014) explica que o mercado é diferenciado por lidar com obras originais, únicas e raras, sendo a escassez o maior argumento de comercialização desses objetos. Complementa relatando que

Como resultado, apesar de trabalhos artísticos terem as qualificações para receberem direitos autorais, o comprador de uma obra de arte normalmente compra apenas o objeto, e não o direito autoral a ela ligado. O artista é o detentor do direito autoral. A prioridade dada ao objeto de arte significa que vários artistas não encorajam a cópia de seus trabalhos, mesmo podendo obter benefícios financeiros disso. Além disso, a assinatura de um artista poderia ser protegida separadamente como um desenho ou trabalho artístico (HOWKINS, 2014, p. 115)

Ainda sob a ótica de Howkins (2014, p. 115), definir o número de artistas e seus ganhos é tarefa difícil devido as significações do setor e a quantidade de transações comerciais feitas entre particulares, sem a participação em leilões ou de galerias. Além disso, museus e galerias oferecem armazenagem e “arquivos de arte de alta qualidade ou especializados”, uma vez que sua principal atividade é proteger o patrimônio histórico e cultural, assim como novas obras.

Essas obras conglomeram desde antiguidades até arte contemporânea, passando por joias, mobiliário, inclusive *objects d'art* (classificados originalmente como artesanato) e representam cerca de US\$ 11 bilhões (HOWKINS, 2014).

Nesse mercado, segundo Howkins (2014), em especial das obras contemporâneas, os compradores são internacionais, porém concentrados em poucos países e dominados pelas cidades de Nova Iorque e Londres.

Desde 2000, “o mercado de arte contemporânea tem tido um *boom*, enquanto o mercado de antiguidades teve um declínio” e que entre 60 a 80 mil pessoas se consideram artistas visuais, porém poucos sobrevivem de seus trabalhos, ao passo que outras 60 mil trabalham como ilustradores ou desenhistas (HOWKINS, 2014, p. 115).

O Brasil figura entre os países mais importantes para a produção e fornecimento de arte, ao lado da França, Alemanha, Japão, Austrália, Itália e China, cuja demanda está nos países com maior nível cultural e renda disponível (HOWKINS, 2014).

c. Artesanato

O artesanato, setor criativo em ascensão, se segmenta em dois mercados, sendo o das artes, com peças expostas em galerias e vendidas em leilões, onde os artistas produzem com as mesmas habilidades e criatividade de outros meios, e o mercado do turismo e entretenimento, “um mercado de massa”, em que as pessoas fazem e compram artesanato sem se preocuparem “com a autoria ou estética formal, mas os avaliam pelo preço e utilidade, além da qualidade” (HOWKINS, 2014, p. 117).

Howkins (2014, p. 117) explana que a produção artesanal deve atender aos critérios de serem inéditas e apresentarem elementos de habilidade do artesão para serem consideradas artísticas e que em algumas culturas, como no caso da britânica, há um debate permanente sobre a diferença entre arte e artesanato. Porém, a maioria das culturas é aberta ao artesanato enquanto arte e valoriza seus artífices e produtos. “A melhor definição é que o trabalho artesanal tem uma função e que um trabalho único pode ser tão bem feito e bonito a ponto de ser qualificado como arte”.

d. Design

Segmento importante, presente em todos os processos de criação e fabricação de produtos, também denominado desenho industrial.

A *Industrial Design Society of America* (IDSA) define desenho industrial como “a criação e o desenvolvimento de conceitos e especificações que otimizem a função, o valor, e a

aparência dos produtos e sistemas para benefício mútuo de usuários e fabricantes” (HOWKINS, 2014, p. 118). Essa definição abre o campo para diversas áreas, desde o *design* de interiores chegando a produtos de fabricação em escala industrial, sendo ao mesmo tempo arte visual e funcional.

Segundo aborda Howkins (2014), sem *design* ou alguns de seus elementos, a maioria dos bens e serviços não existiriam ou seriam semelhantes entre si, e diferentemente das outras artes, os produtos podem ser reconhecidos mundialmente mas seus criadores não, visto que por vezes são *designers* anônimos, prestadores de serviços para grandes corporações.

O desenho industrial, conforme expõe Howkins (2014), pode ser qualificado em três tipos de propriedade, sendo trabalho artístico permitindo obter direitos autorais; direito de desenho industrial, o que se assemelha ao direito autoral para desenhos funcionais e desenhos registrados, uma vez que apresentem elementos estéticos significativos. Nos três casos, o tempo de duração dos registros é mais curto, o que pode ser interpretado como o desenho ser mais uma expressão de manufatura industrial do que artística.

Os países com as maiores empresas de *design* são os Estados Unidos, com três empresas, Canadá, Reino Unido, além da Alemanha e Japão perfazendo um total de 70% da geração de renda do setor (HOWKINS, 2014).

Com base em pesquisa feita pela IDSA, Howkins (2014, p. 120) retrata que as quatro habilidades mais procuradas em *designers* são:

Soluções criativas na resolução de problemas, esboço conceitual em 2D (desenho em duas dimensões – plantas e vistas), excelente comunicação verbal e escrita e o processamento de materiais e manufaturas. As habilidades em tecnologia da informação apareceram em quinto lugar.

O Brasil, segundo dados do Diagnóstico sobre o *Design* no Brasil, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (UNCTAD), Brasília, 2014, está em quinto lugar no ranque mundial da economia criativa, superando países como Itália, Espanha e Holanda, uma posição de destaque enquanto país criativo.

Dentre os 14 segmentos criativos brasileiros, os que mais se destacam são de arquitetura & engenharia que tem a maior representatividade, concentrando 230 mil trabalhadores (25% do total) e de publicidade e *design* que empregam mais de 100 mil trabalhadores cada. Juntos, esses três setores concentram metade dos trabalhadores criativos brasileiros (SEBRAE, 2014).

Na análise dos Estados, São Paulo e Rio de Janeiro se sobressaem com 311 mil trabalhadores paulistas e 96 mil trabalhadores fluminenses no núcleo criativo e, os três Estados

da região Sul, no setor de *design*, apresentam números significativos em atividades do núcleo criativo, como podem ser observados no quadro 5:

Quadro 5 - Trabalhadores de atividades do núcleo criativo

ESTADOS	TRABALHADORES	PERCENTUAL MERCADO DE TRABALHO
SÃO PAULO	311 MIL	2,3 %
RIO DE JANEIRO	96 MIL	2,2 %
	ATIVIDADE - DESIGN	
SANTA CATARINA		20,4 %
RIO GRANDE DO SUL		17,2 %
PARANÁ		15,2 %

Fonte: SEBRAE (2014)

Para efeitos de comparação, no Brasil como um todo, o segmento de *design* emprega 12,7% do núcleo criativo (SEBRAE, 2014).

Os quatro segmentos criativos destacados, arquitetura, artes, artesanato e *design*, sejam por atividades específicas a cada segmento ou por atividades colaborativas, com ênfase para essa modalidade, estão sendo propulsores da geração de renda em comunidades com vocação na feitura de trabalhos das artes liberais, sem deixar de valorizar os saberes locais, ao contrário, são justamente esses saberes, as expressões culturais, que tornam as produções únicas e simbólicas.

6 DISCUSSÕES E RESULTADOS

Aquilo que um dia foi erudito pode se tornar popular, assim como aquilo que um dia foi popular, pode se tornar erudito, conceitos mutáveis, variando de acordo com o local e o tempo.

6.1 Arte popular *versus* arte erudita

Eis uma discussão que abre as portas para os apontamentos de Fonteles (2010) e que leva ao significado das manifestações artísticas detentoras de originalidade e identidade, florescendo os símbolos e signos de cada povo. Nas palavras de Fonteles (2010, p. 291) arte popular *versus* arte erudita é

Uma velha questão em que o artista pode apenas intermediar o diálogo entre a fonte original – o popular – com sua inegável e vigorosa força lúdica e de singular rigor estético, e a sofisticação no tratamento formal que o erudito firma e requer. É preciso então compreender que ambos os polos são complementares e estão habitados pela mesma força criadora e ampliadora da consciência, sobre o que se quer sentir e ser no mundo.

Foteles (2010) faz uma narrativa cronológica abordando o diálogo inspirador com o diferente que a arte popular trava com a erudita, e expõe os acontecimentos e artistas mais emblemáticos desde a Semana de Arte Moderna, de 1922, até a contemporaneidade. Essa trajetória aborda o significado dessa Semana para a arte brasileira, época em que eruditos, literatos e artistas passam a olhar o Brasil com mais respeito, que transitava do arcaico para o popular e dele para o erudito, de um modo nunca visto entre as nações.

Aleijadinho, segundo Fonteles (2010, p. 249) foi a primeira amostra de genialidade modernista, transpondo a influência europeia, dando um novo sentido para a arte feita no Brasil, “com um sentir brasileiro e universal como queriam Rubem Valentim e os irmãos Andrade – Oswald e Mário”.

Figura 1 - Detalhe do busto do Profeta Daniel, em pedra sabão, por Aleijadinho, Santuário de Bom Jesus de Matosinhos, Congonhas - MG



Fonte: Portal São Francisco (2017)

Nessa narrativa, Fonteles (2010) traz as obras e feitos de Tarcila do Amaral e Vicente do Rego Monteiro com obras inspiradas na arte e mitologia indígena, cita Victor Brecheret que toma como inspiração a arte marajoara para fazer “pictogramas rupestres”, Di Cavalcanti, com pinturas que abordam temas da cultura brasileira e temas sociais como os operários e as festas populares, além da sensualidade tropical e Anita Malfatti com pinturas de festas populares caipiras de São Paulo, fechando a Semana de 1922.

Figura 2: Abapuru – Tarcila do Amaral



Fonte: Portal São Francisco (2017)

Figura 3 - *Mulheres com Frutas* – Óleo sobre tela, 60 x 100 cm – 1932, Di Cavalcanti



Fonte: Portal São Francisco (2017)

Indo mais adiante, Fonteles (2010, p. 251) menciona outros pintores com “[...] esse sentimento de Brasil” e destaca Alberto da Veiga Guinard (obras entre 1937-41), com “[...] densidade poética e profundo lirismo na arte brasileira” e inclui neste rol, José Pancetti (obras entre 1940-55), com suas marinhas, autorretratos, naturezas-mortas e o retrato de sua esposa.

Fonteles (2010, p. 251) cita Cícero Dias, que fez um desenho em vista aérea para a obra *Casa-Grande & Senzala* (1933) de Gilberto Freire, menciona Fúlvio Pennachio que retrata costumes e paisagens paulistanas e Cândido Portinari, com pinturas e desenhos feitos na década de 1950, que retratam a arte dos índios Karajá, festas tradicionais da cultura popular rural, brincadeiras infantis e o drama dos retirantes nordestinos, além de Djanira com pinturas sobre papel para os bilhetes da Caixa Econômica Federal, em que recria as festas religiosas e cívicas do país.

Figura 4 - *Criança Morta* - Óleo sobre tela, 180 x 190 cm – 1944, Portinari



Fonte: Vírus da Arte & Compainha (2017)

Seguindo com sua narrativa, Fonteles (2010, p. 252) alude Alfredo Volpi como fundamental presença na reflexão popular e erudita que “[...] recria a partir dos anos 50, as imagens dos santos populares e em especial as bandeirinhas e mastros das festas juninas”, que, por sua originalidade, sensibilidade no uso da cor e sofisticação estética e poética, “Volpi, por toda sua obra coerente e coesa, é o grande e definitivo pintor do Brasil, na passagem do moderno para o contemporâneo” (FONTELES, 2010, p. 252).

Figura 5 - Volpi: pequenos formatos



Fonte: Mam/Volpe: pequenos formatos (2017)

Com o mesmo grau de importância, como aponta Fonteles (2010, p. 253) estão Ruben Valentim, Ronaldo Rego e Mestre Didi (obras entre 1976-80), em suas representações de orixás por meio de pinturas, relevos, esculturas, com referências iconológicas “afro-ameríndia-nordestina-brasileira e universal” e materiais como palha, contas, sementes, couro, búzios, usados nos cultos.

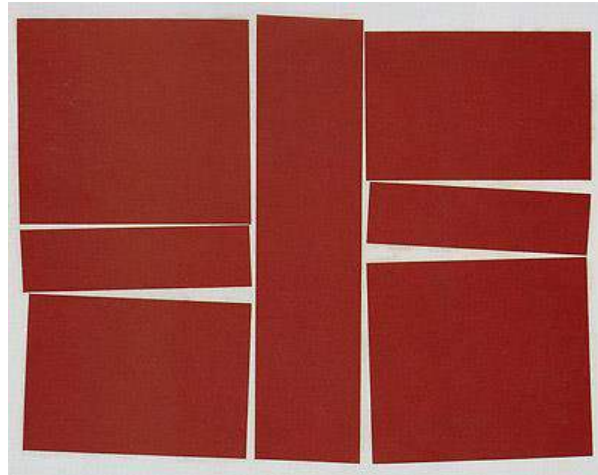
Figura 6 – Igi Bojuto Onan Meta
A árvore vigia dos três caminhos
Mestre Didi



Fonte: Portal do Governo/Secretaria da Cultura/Museu Afro Brasil (2017)

Hélio Oiticica (obras em 1950-70), por intermédio de estética e caligrafia únicas, também fez a passagem do moderno para o contemporâneo quando retrata os morros cariocas, o da Mangueira em especial, mostrando o improvisado da vestimenta criativa “do morar nas favelas do Rio de Janeiro” (FONTELES, 2010, p. 254).

Figura 7 – Metaesquema, guache sobre cartão
1950, Hélio Oiticica



Fonte: Percipiências/Os Metaesquemas de Hélio Oiticica (2017)

Nos anos 1950 e 1960, conforme apresenta Fonteles (2010), Aldemir Martins e Descartes Gadelha continuam o diálogo entre erudição e popular com obras que retratam a cultura popular nordestina assim como seus personagens típicos, inclusive com ilustrações para o livro *Os Sertões* de Euclides da Cunha.

Na mesma linha dos artistas anteriores estão Caribé Bernabó, argentino morador de Salvador-BA, Mario Cravo Jr., Fernando Coelho, baianos e Emmanuel Nassar, paraense, cujas obras encerram signos, símbolos e cores da tradição do povo (FONTELES, 2010).

Figura 8 - Primeira Missa ou
Descobrimento, mista sobre madeira, 59 x 75 cm – 1956
Caribé Bernabó



Fonte: Primeira Missa ou Descobrimento (2017)

De acordo com Fonteles (2010), a arte contemporânea, depois do aporte do moderno, trouxe outras considerações sobre a maneira de eliminar as diferenças entre popular e erudito e apresenta um elenco de artistas com suas obras icônicas que demonstram essa articulação. Dentre eles, estão:

Quadro 6 - Artistas Contemporâneos

ARTISTA	TEMA	OBRA – LOCAL
Valdir Sarubbi– 1971	Cultura Marajoara, Indígena e Cabocla	Painel <i>Labirintos Marajoaras</i> Estação Metrô Barra Funda
Athos Bulcão– 1989	Arte corporal indígena	Painel de azulejos Memorial da América Latina
Anna Bella Geiger – 1977	Inspiração em cartões postais dos anos 70	Contraposição de situações da vida indígena com fotos de sua vida cotidiana
Lygia Pape – sem data	Paródia sobre o <i>Manto emplumado Tupinambá</i> , do século XVII	<i>Concerto Tupinambá</i>
Tunga – sem data	Discussão sobre tacapes	<i>TaCaPe</i> – agrega imãs a arma tradicional indígena
Miguel Simão– 2006	Discussão sobre tacapes	<i>Tacape-machado</i> Em madeira com uma garrafa de Coca-Cola no lugar da pedra que fere
Xico Chaves – 1992	Performance	<i>Tribos Extintas</i> Realizada durante a ECO-92 Enviar simbolicamente para a Europa a mensagem dos massacres indígenas ocorridos desde a colonização

Maria Tomaselli – 1990	Motivos indígenas Motivos populares Segredos dos artistas participantes “A miséria e o luxo, o profano e o religioso. As cores da vida brasileira”.	<i>OCA-Maloca</i> Obra ambiental Feita com restos de demolição de casas populares e favelas Externamente – materiais intactos e originais Internamente – intervenções de 46 artistas – pinturas e objetos escondidos
Edval Ramosa – anos 70	Couro, madeira, plumária e tecelagem	Coleção de obras Elementos da cultura afro-indígena – do caboclo do sertão ao litoral
Gilberto Salvador – anos 70 Glauro Rodrigues Carlos Vergara Rubens Gerchman	Arte indígena	Pinturas
Roberto Micoli – 1990-95	Indígena Penas de aves brasileiras, miçangas	02 objetos – <i>O Manto Indígena e O Grande Colar</i> 01 instalação – O Grande Cocar – escultura inspirada em um cocar indígena Kaiapó Estação Metrô República
Roberto Evangelista – anos 80	Devastação da Amazônia	Performances <i>Materdolorosa</i> Centenas de cuias para tacacá, com terra e fogo, flutuando no rio Negro – uma procissão artístico-ecológica
Siron Franco – 1990	Diálogo entre arte e cidadania	Pinturas Grandes instalações <i>Monumento às Nações Indígenas</i> Arredores de Goiânia-GO Arte e artesanato dos povos indígenas no país Escolhido como <i>Símbolo do Brasil nos 500 anos</i> de redescobrimento Destruído por vândalos em 2004

Fonte: Bené Fonteles (2010)

Ao se abrir parênteses e chegar aos artistas de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, Fontele (2010, p. 264) faz referência a Clovis Irigaray (obras entre 1975-79) que desenha obras hiper-realistas colocando índios em “situações modernas”, em confronto com a civilização, a Humberto Espíndola, em 1989, com uma série de pinturas baseadas nas cerâmicas dos índios Kadiwéu, sem deixar de representar a bovinocultura, sua temática constante e, junto a esses, Alcides Pereira dos Santos (obras entre 1970-90) destacando-se por “sua pintura vigorosa em que mescla a força inevitável da urbanização – que atinge veloz e ferozmente cidades como Cuiabá – com o meio rural de onde se origina” (FONTELES, 2010, p. 265).

Figura 9 - Obra da exposição Irigaray
Arte Cidade no Palácio da Instrução, Clóvis Irigaray



Fonte: Governo de Mato Grosso/ Notícias (2017)

Figura 10 - Série *Kadiwéu*, Acrílica sobre tela, 95 X 120cm
1998 – Coleção André Finge - Humberto Espíndola



Fonte: Humberto Espíndola (2017)

Figura 11 - As Plantações, óleo sobre tela, 60 x 89,5 cm
1990 – Alcides Pereira dos Santos



Fonte: As Plantações (2017)

Nesse ponto, a crítica Aline Figueiredo (*apud* FONTELE, 2010, p. 265), por meio de seu trabalho, traz contribuições para se entender a arte do Centro-Oeste, e, em especial, a de Alcides Pereira dos Santos, destacado em seu escrito que diz:

Do trabalho de Alcides, emana o conhecimento arcaico da sabedoria popular. Na expressão, a grafia prevalece à pintura, que acontece de permeio aos *trabeculados* geométricos da composição de intuitivo racionalismo. Figurativa, *aótica*, no entanto, segreda a obviedade da figura e quase sempre libera a abstração visual das formas. Esse senso compositivo de valorar o espaço formal, dá à expressão a audácia moderna. Tanto, que é difícil denominá-lo de primitivo, sem incorrer em grosseria simplista. Considerando que tantos artistas da vanguarda buscam exatamente estes resultados, pergunto, não terá o ato espontâneo de obtê-los o mesmo valor inventivo da maneira erudita? Onde a criação, no modo ou no fato? Não há engano, é no fato.

Cabe ressaltar, que “no fato” está embasada a iconografia sul-mato-grossense que é abordada nesse estudo, a partir do olhar de Vinaccia (2002), cuja pesquisa percorreu oito campos referenciais, divididos em temáticas que aludem a arqueologia, o artesanato, a arquitetura, a cultura Kadiwéu, a cultura Terena, a fauna, a flora e os retratos, chegando a 67 (sessenta e sete) ícones abstraídos de elementos naturais desse Estado, elencados no manual *Elementos da Iconografia de Mato Grosso do Sul* (2002).

Vinaccia (2002) faz alusão à importância da imagem como meio de comunicação e relata que antes do aparecimento da escrita, conforme mencionado anteriormente nesse

trabalho, imagens reais ou figuras abstratas gravadas eram usadas pelo homem para que houvesse difusão de seus relatos.

Ainda hoje, esse método de transmissão por meio de signos se mantém e faz memorar imagens, cores e formas, com significado que “amplia o sentido da mensagem, estimula a imaginação, transmite, sem a intermediação das palavras, sensações e comportamentos ligados à experiência concreta que teríamos frente ao objeto real” (VINACCIA, 2002, s. p.).

Dessa forma, Vinaccia (2002, s. p.) propõe como fonte de inspiração, o uso desses signos encontrados em bibliotecas, paredes de cavernas, fachadas de edifícios, vitrines de museus, artefatos, arte indígena, e sua aplicação em trabalhos que gerem frutos e consequente desenvolvimento local, capazes de expor “[...] a variedade de símbolos e códigos próprios da cultura sul-mato-grossense”.

Para Fernandes (SEBRAE, 2002, s. p.) o artesanato de Mato Grosso do Sul “é a mais viva expressão das várias influências culturais que compõem seu cenário”, cujas matérias-primas, cores e formas recebem forte influência das nações indígenas, paraguaia e boliviana, devido sua posição geográfica, além da exuberância pantaneira com sua flora, fauna, mitos e tradições. Somadas a essas ascendências, migrantes mineiros, gaúchos, paulistas e nordestinos “[...] com seus olhares, criaram um outro universo tão rico e diverso quanto a própria realidade” sul-mato-grossense.

O Pantanal é constante e recorrente fonte de inspiração dos artesãos do Estado e, a relação com a natureza, donde vem a matéria prima de seus trabalhos, representações da vida e formas do meio ambiente que os rodeiam, faz com sejam retratados principalmente, exemplares da fauna pantaneira (FERNANDES, 2002). Sob esta análise, Fernandes (2002) destaca que o

[...] aspecto cultural representado no artesanato é um diferencial que o valoriza [...] e que esta forma de expressão é sobretudo uma atividade capaz de gerar emprego e renda em um Estado com um magnífico potencial turístico como o Mato Grosso do Sul.

A elaboração do manual citado, fez parte das ações do Plano de Desenvolvimento para o Setor de Artesanato de Mato Grosso do Sul (2002) e teve como objetivo, reunir e divulgar a diversidade cultural, por meio de ícones simbólicos, para aplicação em produtos artesanais, auxiliando na criação de produtos singulares, com a identidade sul-mato-grossense. A intenção não se limitava aos trabalhos manuais, mas abranger cada setor da cadeia produtiva – indústria, comércio e serviços – para que houvesse incremento do desenvolvimento local (FERNANDES, 2002). Nesse momento, se torna necessário abordar os arranjos da atividade artesanal brasileira ao longo de seu caminhar histórico, para entendimento dos conteúdos intrínsecos da produção.

6.2 Cronologia do artesanato brasileiro

Aguiar e Parente (2012, p. 27) elucidam “que a história do artesanato está coligada a da civilização, quando o homem deu início ao processo empírico de transmissão de práticas e conhecimentos no campo dos grupos sociais”. Explicam que, “a produção de bens materiais estava ligada ao meio ou recursos ambientais naturais explorados pelo grupo e tais bens produzidos, se convertiam moeda de troca entre as comunidades” (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 27).

A Revolução Industrial, segundo as autoras, provocou mudanças, dentre elas, “a dissociação na relação entre o homem e o objeto produzido, desagregando as formas de organização dos artesãos” (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 27).

No Brasil, a atividade artesanal tem origem nesse contorno e, de acordo com o que descrevem Aguiar e Parente (2012), donatários e jesuítas trouxeram mão de obra da Europa e a força de trabalho do negro escravo vindo da África, situação ocorrida devido ao fato de não encontrarem colaboração dos grupos indígenas naturais do país. “As Artes e Ofícios foram crescendo desde então, até que começaram a se formar associações de oficiais e mestres, chamadas de Bandeiras e Confrarias” (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 27).

No século XVIII, como relatam Aguiar e Parente (2012, p. 27), a riqueza gerada pelo diamante e ouro nas Minas Gerais, Goiás e Mato Grosso fez com que “[...] os artesãos atingissem alto grau de qualificação e capacitação”. Porém, no princípio do século XIX, houve uma crise de ordem política, social e econômica, que desencadeou em desemprego da população, desarticulando as estruturas organizadas dos artesãos.

Nas últimas décadas, em virtude do modelo econômico do Brasil, o setor artesanal não foi inserido enquanto setor produtivo econômico, ficando relegado à categoria de atividade “marginal ou passando à esfera do exótico” (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 27).

Tentativas de apoio e organização vêm sendo propostas ao longo desses anos todos e conforme apontam Aguiar e Parente (2012, p. 31), “o primeiro documento que apontou para a atividade artesanal como fonte de renda foi o Projeto de Lei para a criação do Banco do Nordeste em 1951, que atentava para o crédito e organização da produção”. Nos anos de 1956-57, a Comissão de Planejamento Econômico do governo baiano criou a Subcomissão de Artesanato, que esboçou seus objetivos para o plano de expansão econômica da Bahia.

Celso Furtado criou e dirigiu a Superintendência de Desenvolvimento da Região Nordeste (Sudene), criada em dezembro de 1959 e regulamentada em março de 1960, quando ficou estabelecida a necessidade de um Plano Diretor plurianual que discriminasse os diferentes

empreendimentos e trabalhos dos diversos setores, voltados ao desenvolvimento de cada região. A partir dessa ação, o artesanato passou a contar com sucessivos planos diretores da Sudene (AGUIAR; PARENTE, 2012).

Outros projetos em alguns Estados nordestinos aconteceram a partir das ações da Sudene como a geração da Cooperativa dos Produtores Artesanais Ltda. (COPALA), no Rio Grande do Norte, publicações com registros dos artesãos, suas técnicas e pesquisas, na Paraíba, Sergipe e Ceará, e uma tentativa nacional, em 1961, por meio do Grupo de Trabalho de Expansão do Ensino Industrial, do Ministério da Educação e Cultura e do Projeto de Assistência ao Artesanato Brasileiro (AGUIAR; PARENTE, 2012).

Nessa época, conforme relatam Aguiar e Parente (2012), multiplicaram-se os treinamentos de técnicas artesanais pelo país e foi feito um cadastro de todas as organizações e cooperativas ligadas ao artesanato para serem inseridas no Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato (PNDA).

Entretanto, na década de 1980, houve um retrocesso desses programas devido à “descontinuidade administrativa e a mudança de orientação nas linhas operacionais do PNDA”, que voltaram “[...] suas ações no ato de compra e venda do artesanato das comunidades produtoras” (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 32).

Em 1985, o Ministério do Trabalho tentou reorganizar o PNDA, com ênfase no artesanato, contudo, em decorrência da transformação política e administrativa que o Brasil sofreu nos anos 1990, ministérios, autarquias e programas foram extintos, inclusive o PNDA (AGUIAR; PARENTE, 2012).

A partir do reordenamento institucional do país, foi criado o Ministério da Ação Social, cuja ação prioritária constituiu-se na geração de ocupação e renda, época em que foi instituído o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), sob a supervisão da Secretaria Nacional de Promoção Social, posteriormente, Ministério do Bem-Estar Social (AGUIAR; PARENTE, 2012).

Aguiar e Parente (2012, p. 33) constata que em 1995 houve nova alteração institucional, momento em que o Ministério do Bem-Estar Social deixou de existir, e, “sob a análise da representatividade econômica e social do setor artesanal para o Brasil, o governo federal subordinou o PAB ao Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo (MICT), por meio da Secretaria de Política Industrial.”

No final dos anos 1990, “as organizações de artesãos tornaram-se mais autônomas e conscientes devido as ações de apoio ao setor por meio dos entes federados, ONGs, movimentos

sociais, universidades, bancos de fomento e organismos internacionais” (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 33).

A partir dos anos 2000, Aguiar e Parente (2012, p. 33) enfatizam que o modo de perceber o artesanato mudou, “deixando de ser visto apenas como exótico, poético, lúdico ou folclórico, para ser entendido como atividade com novas exigências de produção, organização do trabalho, comercialização, e no uso de tecnologias e matérias primas”.

Os conhecimentos tácitos acumulados, as técnicas aprimoradas e a estruturação de programas governamentais, conforme evidenciam Aguiar e Parente (2012, p. 33), fizeram com que fosse necessário formalizar conceitos e estratégias para:

Padronizar e estabelecer os parâmetros de atuação do Programa do Artesanato Brasileiro em todo o território nacional por meio de ato legal que define a base conceitual do artesanato brasileiro e que tem por finalidade subsidiar o Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro - Sicab, desenvolvido pelo Programa do Artesanato Brasileiro, em parceria com as Coordenações Estaduais de Artesanato (Portaria nº. 29, 5 de outubro de 2010, da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior).

Os acontecimentos históricos abordados mostram que o Estado fez intervenções verticais no setor, “[...] de maneira uniforme e centralizada”, tomando para si, o papel de executor e por outro lado, debates, reflexões, informações e acúmulo de conhecimentos, fizeram com que a conceituação e amadurecimento dos artesãos e organizações se estruturassem para a consolidação de ações duradouras para o setor (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 33).

A atividade artesanal é ampla e está presente em diversos segmentos da sociedade, sendo assim, consoante ao que esclarecem Aguiar e Parente (2012), fica difícil delimitar e enquadrar os conceitos e definições do setor.

Como primeira linha definidora, pode-se citar “o processo produtivo, expressividade cultural, matéria-prima, perfil do artesão, forma organizativa, objetivo da produção, limite de investimentos, forma de comercialização e tipologia do produto” (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 35).

Segundo Aguiar e Parente (2012, p. 35), o que distingue artesanato de arte popular é que nesta, “[...] o caráter único de cada peça e a expressão personalizada do autor sobressaem, evidenciando-o pelo seu estilo inconfundível”, ao passo que na atividade artesanal, além criatividade e expressividade, os fatores apresentados como definidores formam a configuração do setor.

Entretanto, a inclusão do país na economia de mercado mundial, de acordo com o que afirmam Aguiar e Parente (2012, p. 47), ocorreu à abertura para importação de produtos industrializados e

As organizações do setor, na tentativa de identificar as necessidades dos artesãos, promoveram ações de aprimoramento para enfrentar a competição, dentre as quais, o resgate da expressão cultural, novas técnicas, novos produtos e novos mercados, em especial os voltados ao turismo e lazer (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 47).

Além desses argumentos, a partir da ECO-92, entrou na discussão questões ambientais, com debates constantes sobre a extração de matérias-primas e seu impacto na natureza, época em que o SEBRAE do Distrito Federal institucionalizou o Programa Sebrae de Artesanato (projeto piloto, estendido a todo Brasil) com o objetivo de integrar e apoiar o setor (AGUIAR; PARENTE, 2012).

Dentre as ações do Sebrae, Aguiar e Parente (2012, p. 47) descrevem que, “foram realizadas as primeiras experiências de parceria entre artesãos e designers” cuja finalidade era “[...] a valorização e a difusão de saberes populares e a introdução de novas tecnologias nos processos produtivos, de modo a possibilitar a oferta de produtos adequados às tendências do mercado consumidor”.

Nos anos 2000, com o afastamento do Estado enquanto apoio à atividade artesanal, ficando a cargo dos Serviços Sociais Autônomos, surgiu novas formas de organização de artesãos, novas técnicas, novos materiais, identidades regionais foram incorporadas, tendências e “design agregados aos produtos, participação em feiras nacionais e internacionais, enfim, estratégias comerciais para incremento da atividade que tornaram-se determinantes para desenvolvimento do setor, começaram a ser implantadas” (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 49).

Atualmente, de acordo com Aguiar e Parente (2012, p. 51), “a era pós-industrial fez surgir um novo tipo de organização de trabalho onde criatividade, ética e gestão sistêmica, agregados aos valores, atributos e conceitos devem incluir o homem em seu meio”. Além disso, transformar os materiais “possibilitando materializar um objeto artesanal carregado de símbolos, capaz de contrapor-se aos objetos industriais produzidos em escalas transnacionais, sem aura, sem história”, tornam a atividade peculiar e

Enfim, esse caminho reflete o sentido do trabalho, de estar na fronteira do futuro e de avançar, ao mesmo tempo, na conquista da liberdade. Mario de Andrade traduz bem esse sentido: Ninguém se liberta de uma vez das teorias avós que bebeu (AGUIAR; PARENTE, 2012, p. 51).

Teorias “avós”, incrustadas na diversidade cultural de comunidades, enriquecedoras das atividades que tem na arte o embasamento para seu desenvolvimento.

6.3 A diversidade cultural em Mato Grosso do Sul

6.3.1 As contribuições artísticas locais

A diversidade cultural das tradições trazidas pelos migrantes e pelos imigrantes compõe a formação cultural do sul-mato-grossense, porém, algumas preponderaram e contribuíram com características marcantes para as manifestações artísticas locais.

A música e a culinária são os principais componentes da ‘genética’ cultural de Mato Grosso do Sul. Mas, diferentemente de muitas regiões, onde também se verifica grande diversidade humana e ambiental, a identidade cultural do Estado, moldada pela mestiçagem de costumes e tradições, mesmo estando associada aos legados migratórios e imigratórios, mantém um forte tempero regional (GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL/A CULTURA/ A CULTURA DE MS, 2017).

O Estado tem uma das maiores reservas indígenas do país, sendo 18 mil índios somente da etnia Terena, cujos costumes estão enraizados na cultura de Mato Grosso do Sul, e suas peças, são tradicionais na produção artesanal. Entretanto, não só a cultura indígena imprime memória, mas também outras produções de artesanato, algumas delas tombadas como patrimônios imateriais, a Viola do Cocho, a própria cerâmica Terena, o artesanato Kadiwéu e os Bugres de Conceição são ícones simbólicos locais.

A gastronomia, a música, o artesanato indígena e de artesãos tradutores de saberes locais, as artes plásticas, festas populares e danças, são símbolos cujos significados imprimem a identidade do Estado.

Campo Grande possui uma variedade de estilos em seu artesanato, apresentando peças feitas em cerâmica, cestarias e argila e também tem associações e grupos familiares que o produzem, alguns com certificado de origem emitido por entidades competentes.

O artesanato indígena é representado por duas etnias: Terena e Kadiwéu.

Figura 12 - Arte Terena



Fonte: Governo de Mato Grosso do Sul/Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (2017)

Os Terena produzem peças utilitárias e decorativas como vasos, bilhas, potes, jarros, animais da região pantaneira (cobras, sapos, jacarés que são chamados de bichinhos do Pantanal), além de cachimbos, instrumentos musicais e variados adornos.

O acabamento das peças é feito com ferramentas rudimentares, seixos rolados, espátulas, ossos, etc., e são modeladas manualmente com a técnica de roletes, porém em algumas aldeias, usam atualmente, o torno de oleiro (sem motor elétrico) e argilas de diversas cores dependendo da região, sendo: preta, branca e vermelha e amarela.

Algumas fazem engobes (mistura de argila líquida, óxidos e outros componentes que pode ser aplicada em uma peça antes da esmaltação, utilizado em peças cruas) para serem usados na decoração das peças, visando a obtenção de cores contrastantes e realces pictográficos. Os padrões dos grafismos usados são basicamente o floral, pontilhados, tracejados, espiralados e ondulados (CERÂMICA TERENA, 2017).

Figura 13 - Trabalhos com madeiras, osso e chifre de gado



Fonte: Governo de Mato Grosso Do Sul/Fundação de Turismo de Mato Grosso Do Sul (2017)

No Município de Bonito – Serra da Bodoquena encontram-se alternativas produtivas, focadas na preservação ambiental e na criação de fonte de renda sustentável para a população mais carente da região, com peças feitas a partir da reciclagem do osso bovino, couro e restos de madeira (figura 13). Há uma manifestação forte na região voltada para cerâmica confeccionada pelos índios Kadiwéu (figura 14) que produzem objetos utilitários e decorativos como potes, panelas, jarros, moringas, placas e animais. Importante ressaltar que, nos utensílios usados para cozer alimentos, não é prática aplicar decoração.

Figura 14 - Cerâmica confeccionada pelos índios Kadiwéu



Fonte: Governo de Mato Grosso Do Sul/Fundação de Turismo de Mato Grosso Do Sul (2017)

Na região do Pantanal, o artesanato rico e variado, apresenta peças feitas em pedra, arenito, osso e chifre de gado, cerâmica, palha, argila, madeira, fio de buriti, caraguatá, granito, carandá, bambu, couro e baguaçu.

Vale destacar o artesanato Terra Cozida do Pantanal, com cerâmicas moldadas no torno ou na mão que expressam as riquezas naturais da flora, fauna e a rotina do homem pantaneiro, e ainda a Arpeixe, grupo de mulheres pescadoras que usam a pele de peixe e a transformam em acessórios femininos feitos à mão.

Figura 15 - Arpeixe (acessórios femininos)



Fonte: Governo de Mato Grosso Do Sul/Fundação de Turismo de Mato Grosso Do Sul (2017)

A Costa Leste de Mato Grosso do Sul apresenta técnicas tradicionais preservadas, algumas aprimoradas, com matérias-primas da região como madeiras, argila e fibras vegetais, peças que traduzem o dia a dia das comunidades locais:

1. Três Lagoas: as gamelas em madeira de Dona Ana Vitorino; a cerâmica artística de Edvaldo Márcio Vicente; o entalhe em madeira do Narciso; a cestaria em taboa de Dona Maria do Rosário; e a tecelagem representada pela família Nakamura e Dona Almerinda Melo.
2. Aparecida do Taboado: cerâmica do Sr. Eurico Pimenta e os balaies e baús do Sr. Birer.
3. Bataguassu, Nova Porto XV: bichinhos do Pantanal, famílias que os oferecem na beira da rodovia.

Figura 16 - Cerâmicas de Edvaldo Márcio Vicente

Fonte: Governo de Mato Grosso Do Sul/Fundação de Turismo de Mato Grosso Do Sul (2017)

Como a segunda maior população indígena do Brasil encontra-se em Mato Grosso do Sul, torna-se indispensável identificar tais nações, uma vez que têm contribuído em grau significativo com o artesanato local. Dentre elas, destacam-se:

Quadro 7 – Nações indígenas no Mato Grosso do Sul

Ofayé Xavante	Donos de um território que ia do rio Sucuriú até as nascentes dos rios Vacarias e Ivinhema, com mais de cinco mil índios, a nação Ofaié Xavante se resume hoje a 50 pessoas, em uma reserva no município de Brasilândia.
Kadiwéu	Durante centenas de anos dominaram uma extensão do rio Paraguai e São Lourenço, enfrentando os portugueses e espanhóis que se aventuravam pelo Pantanal. Habitam os aterros próximos às baías Uberaba, Gaíva e Mandioré.
Guató	Os Guató, conhecidos como uma grande nação de canoeiros, conseguiram recuperar nos últimos anos uma pequena parte de seu território com a demarcação da Ilha Insua ou Bela Vista. Agora tentam resgatar sua cultura.
Guarani	Remanescentes dos ervaais da fronteira com o Paraguai e com uma área superior a dois milhões de hectares, a nação Guarani, do tronco Tupi, tem sua população dividida em 22 pequenas áreas em 16 municípios no sul do estado.
Kaiowá	Eles vivem na região sul do Estado e no passado eram milhares ocupando 40% do território de Mato Grosso do Sul. Pertencem ao tronco linguístico Tupi e é um dos únicos grupos indígenas que tem noção de seu território.
Terena	Agricultores, os Terena estão concentradas na região noroeste de MS. Pertencem ao tronco linguístico Aruak. Foram os últimos a entrar na Guerra do Paraguai e pode ser este o motivo de não terem sido totalmente dizimados.

Fonte: Universidade Católica Dom Bosco/ Museu das Culturas Dom Bosco (2017)

A produção artesanal, rica e diversa, pode ainda, receber contribuições de outros setores criativos correlatos, que, com olhares inovadores, podem alavancar a atividade, gerando seu desenvolvimento.

6.4 Design brasileiro: artesãos, artistas, *designers*, arquitetos

No Brasil, profissionais dos setores criativos estão desenvolvendo projetos e trabalhos, alguns individualmente, mas referenciando elementos simbólicos, outros em conjunto com comunidades de diversas regiões, com o conceito de promover encontros para “a revitalização do artesanato popular, explorando, vivenciando o meio, a cultura de cada lugar do país, trocando experiências com eles, aprendendo modos e olhares, identificando a fortuna local” como alude Crocco (s. d.), para que aconteçam as *puras misturas* do saber artesanal e desenvolvimento local. Dentre eles, sobressaem:

a. Heloísa Crocco

Nascida em Porto Alegre, RS, formada em desenho industrial pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, é um dos principais nomes da junção *design* e artesanato no Brasil.

Uma das primeiras *designers* a incursionar no artesanato, em 1993, destaca-se pela consistência, coerência e longevidade de sua trajetória, atuando com produções nos segmentos do couro, cerâmica, cartonagem e moda, sempre explorando as possibilidades iconográficas que a natureza oferece.

No Projeto *Topomorfose – Topo* (o topo do corte no tronco - as entranhas), *Morfose* (transformação) – a partir de um profundo estudo dos veios da madeira, Crocco (s. d.) observou as características de diversas espécies nativas do país, estabelecendo padrões e reconhecendo origens visuais no artesanato indígena e popular. Além disso, pesquisou cortes e composições com pequenos pedaços de madeira, pintando, desenhando, criando texturas e experimentando técnicas, que são aplicadas em objetos, carimbos, móveis e revestimentos, inclusive painéis e murais. Suas padronagens reúnem um grande acervo, sempre nos tons naturais associados à madeira, aplicadas em cerâmica, louças, têxteis, cartonagem, couro e móveis. Várias de suas estampas foram desenvolvidas como matrizes para linhas de produtos de empresas de diversos setores.

Em Ouro Preto, Minas Gerais, foi convidada para resgatar o sentido do artesanato com pedra sabão, uma arca perdida,

Na terra de Aleijadinho e com toda aquela riqueza arquitetônica, os artesãos esculpiam Cristo Redentor, Buda, pirâmides... Passamos a explorar as referências da paisagem urbana para esculpir na pedra-sabão e floresceu um artesanato plenamente identificado com a história local (CROCCO, s.d.; s. p.)

Salienta ainda que seus trabalhos tem como objetivo a revitalização do artesanato popular, explorando, vivenciando o meio, a cultura de cada lugar do país, “trocando experiências com eles, aprendendo modos e olhares, identificando a fortuna local – arquitetura, cores, geometrias, fauna, flora, sons, escrita, etc. – para que os artesãos a enxerguem e, assim, a valorizem” (CROCCO, s.d.; s. p.). Nesse processo acontece um encontro, o que torna possível desenvolver em conjunto novos padrões de *design* para os objetos que serão criados – durante e depois – com as matérias-primas locais.

Quando se busca fora das origens, não te pertence, não se encontra o significado. Já quando tu olhas para o que é teu, para a tua origem, a compreensão é tal que tu te aproprias e não deixas ninguém mexer, nem estragar (CROCCO, s. d.).

Projetos principais: Vivência, em Marajó, com argila, couro, madeira, sementes, palha da costa, fios e miçangas em bordado; Mão Gaúcha, com lã, em Bagé (esquila, lavagem, carda e fiação para confecção de mantas e roupas), fibras vegetais na Serra gaúcha (palha de trigo, principalmente, trançada como pelos imigrantes italianos), couro e argila em diversas cidades, materiais tão caros ao gaúcho, entre outros.

Figura 17 - OB-00216 - PAINEL - Projeto *Topomorfose*



Fonte: A Casa: museu do objeto brasileiro (2017)

Descrição da obra pelo autor: “O Pannel explora as diferentes texturas possibilitadas pela junção dos elementos de madeira, executado pela associação de elementos obtidos de cortes de topo de madeira, lisos ou jateados com areia, compondo diferentes texturas e efeitos visuais” (I ENCONTRO DESIGN ARTESANATO – HELOÍSA CROCCO, 2002).

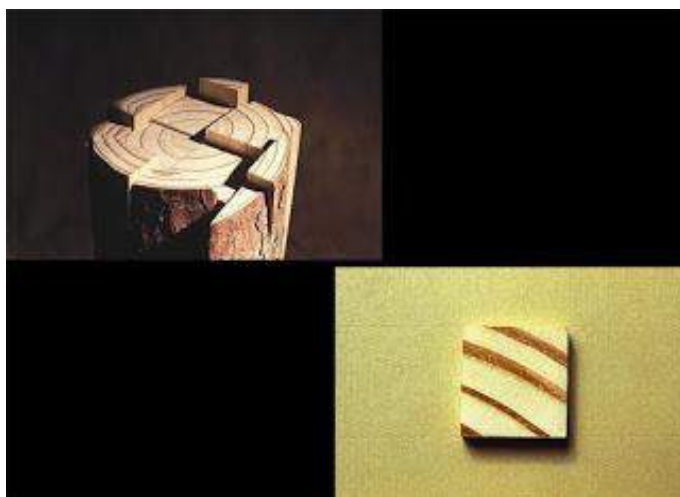
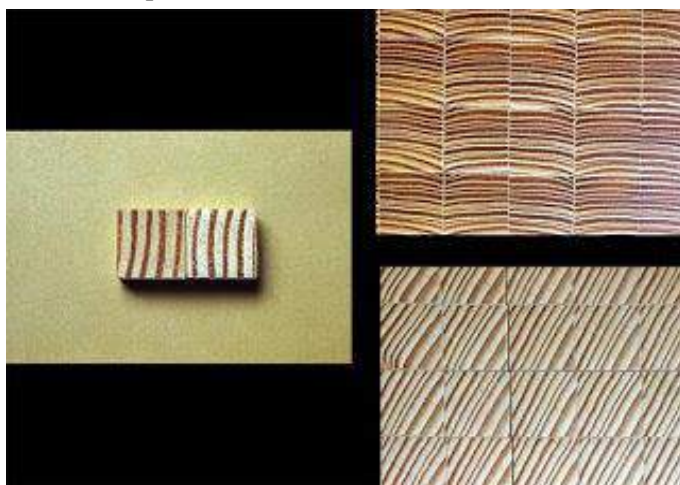
Figura 18 - Utilitários - Topomorfose



Fonte: Clarissa Schneider (2010)

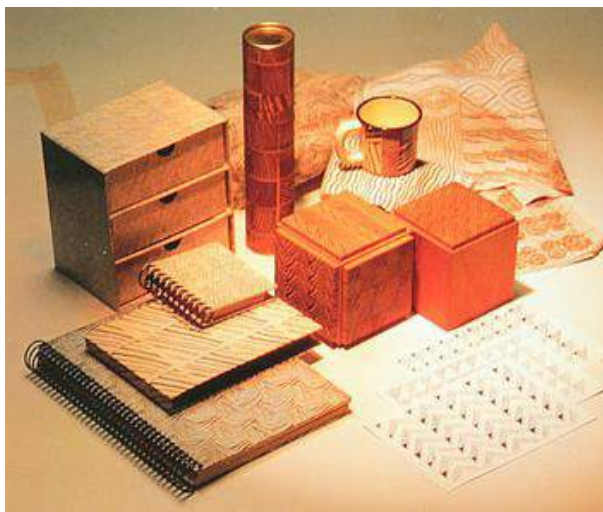
O livro Projeto Topomorfose trata com muita propriedade o processo de criação de Crocco, revelando seus conceitos de produção de forma lúdica e com todo o rigor formal. Neste sentido, “as imagens apresentadas desvendam a relação afetiva e cotidiana com a madeira, matéria-prima fundamental no seu trabalho, e a relação que se cria entre ela e a arquitetura, o design e as artes plásticas” (ADELIA BORGES, 2002).

Figura 19 - Heloísa Crocco – Topomorfose.
Pesquisa baseada nos desenhos da madeira.



Fonte: Micha Chelle (2008)

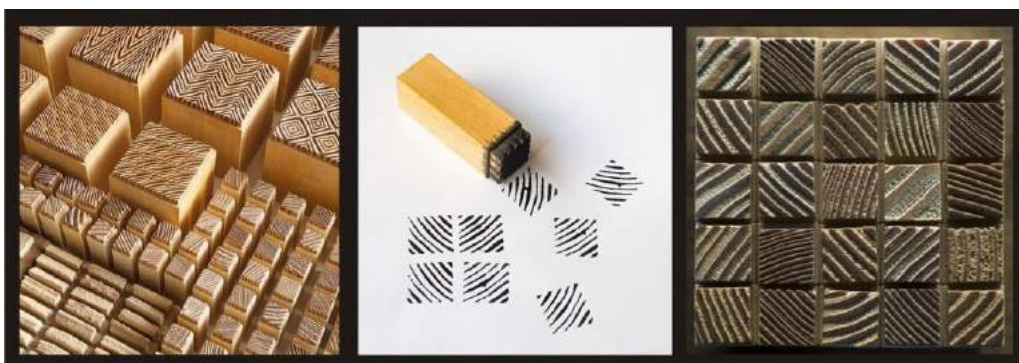
Figura 20 - Materiais de Acabamento Moradias.
Autor: Heloísa Crocco



Fonte: A Casa: museu do objeto brasileiro (2017)

Descrição da obra pelo autor: “A tigela tem por finalidade principal comportar cereais e sobremesas nas refeições diárias. A embalagem de madeira Marupá, permitida pelo Ibama, foi desenvolvida para guardar as louças, quando fixada na parede. As divisórias internas levam recorte anatômico, para facilitar a retirada da tigela do armário, e o fechamento é feito com imã neodímio” (HELOÍSA CROCCO, s. d.)

Figura 21 – Carimbos Topomorfose



Fonte: Vuelo (2017)

A Coleção Crocco Ogro Cor é um projeto de criação coletiva concebido pela artista e *designer* Heloísa Crocco e pelo *shaper* de pranchas de surfe Ogro Perrone. A ideia desse projeto e suas coleções é explorar as possibilidades de aplicação do *design* de superfície *Topomorfose*, baseado nos desenhos dos veios da madeira, uma vasta pesquisa catalogada por Heloísa Crocco (2014).

Figura 22 - Estampa Crocco Topo



Fonte: As Patrícias (2017)

b. Fellicia

Criada em 2011, comercializa produtos de *Design* para Inovação Social, originados do projeto de desenvolvimento sustentável implementado no nordeste do Brasil - no município de Santa Luzia do Itanhy, região de Sergipe - chamado Cultura em Foco.

Projeto elaborado, coordenado e executado pelo Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI) com sede em São Paulo e Sergipe, apoiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Tem como objetivo, promover as inclusões social e econômica da população de baixa renda por meio de um modelo baseado nos princípios de Economia Criativa, com estratégia de criar produtos de *design* contemporâneo com técnicas artesanais, inserindo a identidade local própria de cada comunidade beneficiada. Os aspectos mais importantes por trás da Fellicia são o

profissionalismo, autonomia e empoderamento dos diversos artesãos do nordeste do Brasil; criação de produtos de maneira sustentável, com alto valor agregado, que utiliza técnicas tradicionais, se enquadrando em uma vertente do *design* brasileiro contemporâneo; consolidação de uma associação que está produzindo artesanato de *design* contemporâneo em comunidades com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH); criação de um modelo de negócios inovador que opera através da relação entre sustentabilidade e inovação, estruturada em três pilares: pesquisa e inovação, produção e comercialização de produtos. Neste modelo, essas habilidades são realizadas através de uma parceria entre a Instituição de Pesquisa Tecnologia e Inovação (IPTI), a associação (Associação dos Artesãos de Santa Luzia Itanhy) e uma empresa de comércio (Fellicia), onde cada uma das partes contribui para a construção e consolidação de um modelo de desenvolvimento verdadeiramente sustentável (FELLICIA, 2013, s. p.)

“Empoderamento através da identidade local, habilidade de gerações passadas, uso sustentável, de matérias-primas naturais brasileiras e design contemporâneo” (FELLICIA, 2013, s. p.).

Figura 23 - Pendente de Junco:
pendente com cúpula de fibra natural de Junco,
e eixo de madeira de Catuaba.



Fonte: Fellicia (2017)

Figura 24 - Coleção “Cores da Chita”:
mantas de fuxico
com padrões de diamantes inspirados
nos tecidos brasileiros de Chita,
projetado pelo Estúdio Nada Se Leva.



Fonte: Fellicia (2017)

Figura 25 - Passadeira de palha de Coqueiro: produzida em tear manual
com fibras naturais e talas de coqueiro.



Fonte: Fellicia (2017)

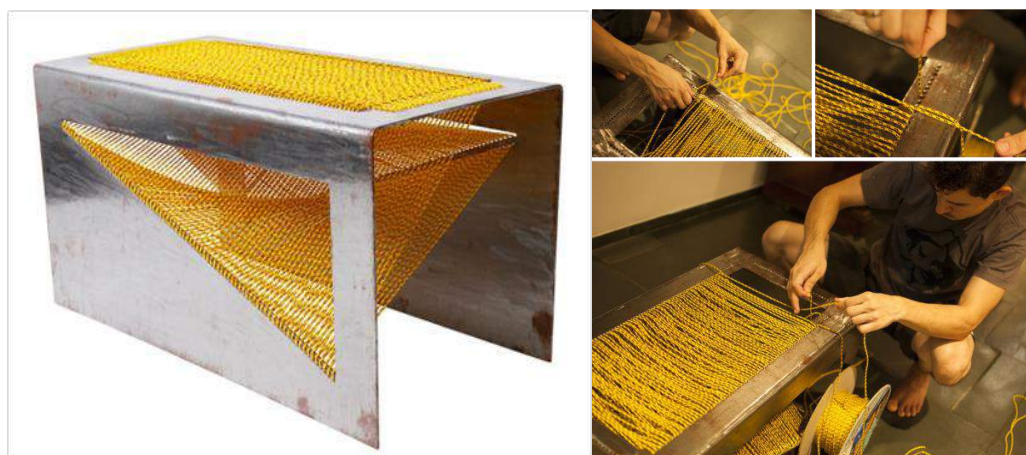
c. Rodrigo Ambrósio

Arquiteto e urbanista e *designer*, alagoense, desenvolve projetos experimentais e identidades visuais – peças de mobiliário, com pegada ecológica – peças de ferro fundido reaproveitadas de usinas de cana-de-açúcar, artesanato e madeira certificada.

“Não existem escultores só, pintores só, arquitetos só. O acontecimento plástico realiza-se numa forma una ao serviço da poesia” (LE CORBUSIER, s. p.).

Segue o mobiliário ecológico por Rodrigo Ambrósio:

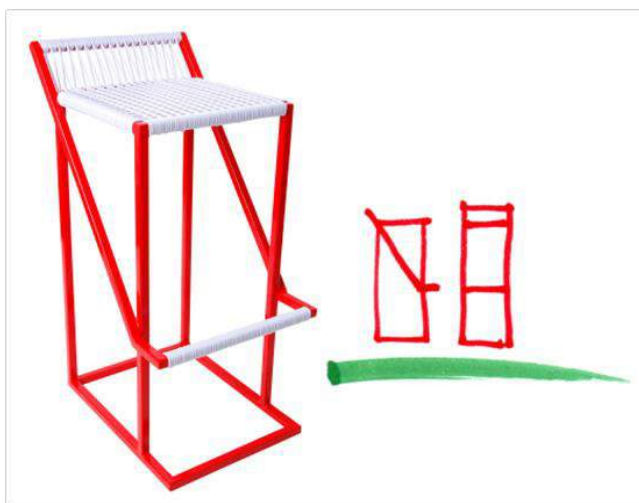
Figura 26 - A R A P U C A, 2014.



Fonte: Rodrigo Ambrósio (2017)

Descrição da obra pelo autor: “Arapuca armada virou banco, por enquanto... São mais de 150 metros contínuos de corda trançada cuidadosamente por entre os furos da chapa de aço de refugo. Urupuca, arataca, viva os Guaranis!” (RODRIGO AMBRÓSIO, s. d.).

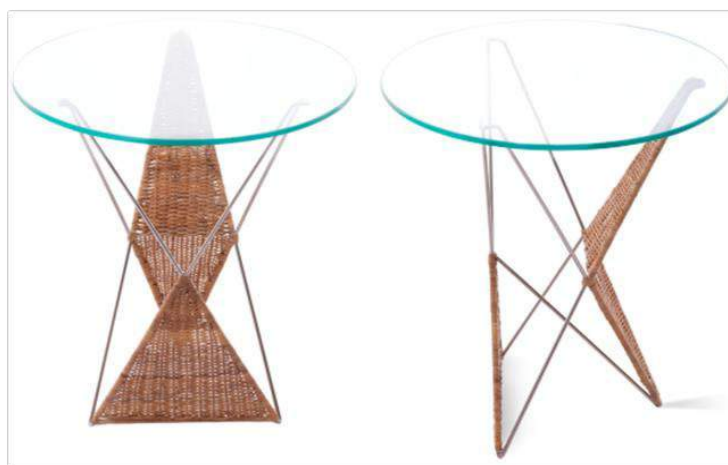
Figura 27 - A M É L I A, 2014.



Fonte: Rodrigo Ambrósio (2017)

Descrição da obra pelo autor: “A banqueta Amélia tem forma singela, alegre e funcional. Expressa verdade, inspira-se na feira e ama o jardim. Possui estrutura leve e vazada, em seção quadrada. A mangueirinha de PVC que compõe a trama confortável do assento/encosto marca o momento em que o artesão se beneficia da indústria” (RODRIGO AMBRÓSIO, s. d.).

Figura 28 - K A E T É, 2012.



Fonte: Rodrigo Ambrósio (2017)

Descrição da obra pelo autor: “A linha Kaeté captura a essência das formas encontradas nos artefatos étnico-indígenas e as transporta para o ambiente cosmopolita. Une a contemporaneidade e a leveza dos varões de aço inox com o artesanato da cestaria em fibra natural” (RODRIGO AMBRÓSIO, s. d.).

Figura 29 - Z E L O, 2007.



Fonte: <http://www.rodrigoambrosio.com/>

Descrição da obra pelo autor: “Em parceria com as rendeiras da Cidade Histórica Marechal Deodoro foi desenvolvido um novo ponto para o típico rendado Filé. Inspirado no traçado cartesiano puro desse artesanato genuinamente alagoano nasceu o ponto em forma de "Z", o **Zelo**, uma maneira carinhosa de cuidar desse saber. O projeto valoriza o trabalho manual como um todo e o resultado é uma peça de revestimento rica em tradições, confeccionada a partir do processo secular de fabricação de ladrilhos hidráulicos” (RODRIGO AMBRÓSIO, s. d.).

Figura 30 - F A T E I X A, 2012.



Fonte: Rodrigo Ambrósio (2017)

Descrição da obra pelo autor: “Na série Fateixa foram utilizados varões de aço inox “amarrados” de maneira bem humorada. Uma homenagem à improvisação e simplicidade das âncoras artesanais confeccionadas pelos pescadores do nordeste brasileiro” (RODRIGO AMBRÓSIO, s. d.).

d. Sérgio J Matos

Nascido no Mato Grosso, *designer* de produto pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), em 2005, forjou uma “imbricada afetividade” com a terra nordestina, morada e endereço profissional,

Desenvolve produtos peculiares, sobretudo, pelas tramas têxteis que “atam tradições e amarram com orgulho registros do folclore, dos recortes extraídos do cotidiano e dos pedaços de paisagens garimpados em viagens” (SÉRGIO J. MATOS, s. d.). O fio da cultura é a matéria-prima essencial.

Design, mais que função abriga história, memória e laços afetivos. É dessa percepção – forrada com a essência da brasilidade – que o *designer* se abastece e nutre o desenvolvimento de produtos de mobiliário e decoração. Tudo referendado no “caldeirão cultural com tempero mestiço”. A base sólida da criação se apóia na regionalidade, na identidade que resiste ao tempo e preserva técnicas e saberes ancestrais. O feito à mão, com calor humano, “estampa o selo da originalidade” (SÉRGIO J. MATOS, s. d.).

A trajetória – desde a abertura do estúdio em 2010 – colabora para fortalecer a imagem do *design* brasileiro. Abre rotas para a difusão do conhecimento, em que a junção do *design* com o artesanato resulta em consultorias dirigidas às comunidades artesãs. Cada experiência gera oportunidades empreendedoras e resgata sonhos individuais e coletivos. Fortalece, ainda, a crença nas habilidades herdadas dos antepassados e projeta a autoestima como combustível para aprimorar riquezas que estão “na ponta dos dedos, na palma das mãos” (SÉRGIO J MATOS).

Figura 31 - Fruteira: Coleção Grades do Recife



Fonte: Sérgio J Matos (2017)

Descrição da obra pelo autor: “Os gradis que guardam e ornam janelas, portas e varandas forjam a inspiração. As formas curvilíneas - algumas centenárias e elaboradas em ferro ainda no início do século passado - estão espalhadas pelas edificações dos bairros antigos da capital pernambucana e reproduzidas na coleção Grades do Recife. Composta por vasos, luminárias, cestos e fruteiras, a linha de objetos cativa o olhar com a originalidade da amarração de fios coloridos. O trabalho artesanal transforma o desenho rígido em poesia com memória e história da arquitetura eclética” (SÉRGIO J MATOS, s. d.).

Figura 32 - Chaise Borborema



Fonte: Sérgio J Matos (2017)

Descrição da obra pelo autor: “A estética longilínea evoca descanso e relaxamento. Na leveza do alumínio, a *Chaise Borborema* acolhe a trama de corda naval que rememora os teares artesanais que ainda tecem mantas, redes e tapetes no interior do Nordeste. Idealizada para áreas externas, a forma da cadeira produzida em cores diversas também recorda no traço a geografia do Planalto da Borborema, região montanhosa que cobre o agreste paraibano” (SÉRGIO J MATOS, s. d.).

Figura 33 - Poltrona Pirarucu



Fonte: Sérgio J Matos (2017)

Descrição da obra pelo autor: “A imponência do maior peixe que habita as águas doces do Brasil inspira o desenho vigoroso. O *Pirarucu*, símbolo da Bacia Amazônica e protagonista de lendas que cercam as comunidades indígenas e ribeirinhas da região, batiza a cadeira homônima cercada de referências e narrativas imersas na cultura local. No encosto de linhas transversais, o ferro exalta a espinha dorsal da espécie que atinge mais de dois metros. O couro que formata o assento exibe o mosaico impresso pela rigidez das escamas de traço curvilíneo. Leveza e força equilibram-se na peça contemporânea inundada de simbolismos içados pelo *designer* Sérgio Matos. O “*peixe vermelho*” - tradução do nome indígena na língua tupi – é alimento para a cultura e o *design* com identidade brasileira” (SÉRGIO J MATOS).

Figura 34 - Cadeira Cobra Coral



Fonte: Sérgio Matos (2017)

Descrição da obra pelo autor: “O exotismo ondula em contornos e cores. É a marca da cadeira Cobra Coral que toma assento no *design* ousado e provocativo. A estrutura de aço inoxidável curva-se ao efeito hipnótico do revestimento executado com corda naval nos tons da serpente. O coral, preto e branco alternam-se num balé sinuoso e deixa transparecer o cuidado de mãos habilidosas por trás do cingir artesanal. No encosto da peça o entrelaçamento enfatiza leveza e movimento. Exalta a beleza da cobra coral que habita todo o território brasileiro, encerra mitos da floresta e serpenteia poesia na música homônima de Caetano Veloso: “Para de ondular, agora, cobra coral/ A fim de que eu copie as cores com que te adornas/ A fim de que eu faça um colar para dar à minha amada/ A fim de que tua beleza, teu langor, tua elegância/Reinem sobre as cobras não corais” (SÉRGIO J MATOS, s.d.).

e. Mauricio Arruda

Arquiteto, urbanista e *designer*, é proprietário de escritório de *design* de produto, e atua nas áreas do ensino e comunicação.

Tem como objetivo, criar peças que contenham boas histórias, com identidade brasileira, atemporais, flexíveis, e com autênticas preocupações ambientais.

Figura 35 - Cadeira Quintal



Fonte: Maurício Arruda (2017)

Descrição da obra pelo autor: “Cadeira Quintal: É possível encontrar por quase todo o Brasil variações sobre um modelo de poltrona de ferro tubular com revestimento de tubo plástico colorido, em geral conhecida como Poltrona Espaguete. Ela está presente em quintais, varandas e até salas de estar onde a informalidade do nosso jeito de morar são marcantes. Sua forma inspirou inúmeros designers ao longo das últimas décadas transformando essa peça num clássico do nosso design vernacular. A Quintal é uma releitura desse ícone brasileiro. A combinação da estrutura leve em alumínio com a resistente corda náutica permitiu a criação de uma peça contemporânea com inúmeros acabamentos, que valoriza nossa cultura e o processo semi-artesanal tão característico do *design* contemporâneo brasileiro” (MAURÍCIO ARRUDA, s. d.).

Figura 36 - Coleção Ignêz

Fonte: Maurício Arruda (2017)

Descrição da obra pelo autor: “Coleção Ignêz: A jarra, os pratos e as tigelas dessa coleção são uma releitura da super tradicional e brasileiríssima fábrica de Monte Sião. Seus desenhos originais de flores, pétalas, flechas e filetes foram desconstruídos criando novas composições mais contemporâneas. Um verdadeiro resgate a memória afetiva da casa brasileira” (MAURÍCIO ARRUDA, s. d.).

Figura 37 - Coleção Geraldo

Fonte: Maurício Arruda (2017)

Descrição da obra pelo autor: “Coleção Geraldo: Os ladrilhos hidráulicos estão presentes em todo território brasileiro, de Belém a Porto Alegre. Apesar da sua origem ibérica, o processo de fabricação atual só se tornou possível com a invenção do cimento Portland no final do século XIX. A LADRILAR funciona próxima à margem do Rio Tietê, no bairro da Luz desde 1922 e está presente em muitas obras do Mauricio Arruda, desde a fundação de seu escritório em 2006, sendo um dos seus materiais preferidos de revestimento. A coleção Geraldo é composta de 3 diferentes desenhos baseados na estética concretista brasileira, movimento no qual a influência de Geraldo de Barros (1923-1998) é considerada essencial. Linhas e listras simples compõem 3 desenhos diferentes com efeitos tridimensionais e atemporais. Os ladrilhos podem ser customizados em 40 cores disponíveis na fábrica” (MAURÍCIO ARRUDA, s. d.).

f. Carol Gaya

Nascida em 1976, é destaque da nova geração de *designers* brasileiros. Arquiteta e urbanista, aprendeu em um *workshop* com os Irmãos Campana que também poderia adentrar no mundo do *design*, e o Brasil e a cidade de São Paulo, com toda sua diversidade e transgressão, são suas inspirações.

Figura 38 - Chaise Cinto



Fonte: Boobam/Carol Gaya (2017)

Descrição da obra pelo autor: “A ideia da *Chaise Cinto* surgiu da pesquisa de materiais existentes no nosso cotidiano. O cinto de segurança feito de poliéster, com características como

resistência, o toque macio, brilho e cores do material, me levaram a projetar uma espreguiçadeira. O cinto, encontrado em tiras, me remeteu ao tramado das cadeiras de praia, tão presentes na cultura brasileira. Decidi então me inspirar no formato das espreguiçadeiras de praia, com espaldar alto, ideal para relaxar, e busquei uma trama que remetesse à história e cultura do Brasil. A inspiração veio das tribos indígenas, a *Tukano*, e suas cestarias, a forma mais pura de artesanato do nosso país. Nesse tramado decidi usar diferentes cores do cinto para a composição da trama, costurados um a um, cada qual com sua linha na mesma cor do cinto, permitindo que cada composição seja única. A espreguiçadeira também pode ser produzida compondo duas cores” (CAROL GAYA, s. d.).

Figura 39 - Espelho Ágata



Fonte: Boobam/Carol Gaya (2017)

Descrição da obra pelo autor: “A linha ÁGATA originou-se da pesquisa de materiais presentes no cotidiano e a transmutação de sua função. A ágata, muito encontrada em feiras de artesanato, na forma de sino dos ventos, porta livros e porta copos, é um material natural de extrema riqueza e banalizado pelo olhar. Essa constatação me levou a criar produtos que valorizassem esse mineral rico e abundante no solo brasileiro. O espelho ÁGATA é feito com chapas de cristal de ágata e espelho. A produção deste objeto é artesanal e sua matéria prima natural, o que confere caráter único e exclusivo a cada peça” (CAROL GAYA, s. d.).

g. Brunno Jahara e Ana Voss

Brunno Jahara é nascido e criado no Rio de Janeiro.

Formado em desenho industrial pela Universidade de Brasília, mudou-se para a Itália para estudos na Universidade de Arquitetura de Veneza. Sua formação, misturada com a sua própria "caótica entrada no *design* brasileiro" fornece uma mistura multicultural da marca Studio, *atelier* do designer.

Eu acredito nesta mistura, onde eu posso projetar algo que se comunica com as pessoas em todo o mundo, diz ele. Quero encontrar soluções de projeto que encontrar um equilíbrio entre a sustentabilidade, inovação e artesanato – quer seja em um sofá grande, um sistema de casa de banho ou uma nova coleção de lâmpadas (BRUNNO JAHARA, 2017)

Ana Voss é estilista e, juntamente com Jahara criaram a coleção *Paleae Brasilis*.

Figura 40 - Luminária e Fruteira *Paleae Brasilis*



Fonte: Kaza/*Paleae-brasilis* (2017)

Figura 41 - Luminária *Paleae Brasilis*



Fonte: Kaza/*Paleae-brasilis* (2017)

Paleae Brasilis é o brasileiríssimo projeto desenvolvido por Brunno Jahara e Ana Voss. Ela, *designer* de moda, criou uma linha de acessórios praianos, enquanto ele, *designer* de produto, concebeu uma coleção de peças para a casa. São luminárias, pendentes de chão e de mesa que mixam a beleza orgânica da palha com a leveza do latão.

h. Irmãos Campana

Nascidos em Brotas, no interior de São Paulo, desde 1983, os irmãos Fernando e Humberto Campana se lançaram no universo do *design*, criando peças de mobiliário inusitadas, com sede em São Paulo, SP.

Na Poltrona Vermelha, obra mais conhecida dos autores, fizeram uso de uma corda de tecido trançada de modo único sobre uma estrutura de aço, primeira peça a ser licenciada por uma empresa italiana.

Cordas, couro, metais, madeira, piaçava, acrílico, papelão, vidro, fibras sintéticas e naturais são materiais utilizados nas suas obras. Humberto Campana expõe que

Materiais são personagens à procura de um autor”, fazendo referência a um famosa obra de Luigi Pirandello. “Eu vejo os materiais dessa forma. São eles quem vão nos conduzir ao projeto final. A possibilidade de trabalhar com um material novo propõe um diálogo com uma nova estética, um novo conceito. Por isso que eles são importantes no nosso trabalho (CAMPANA, s. p.).

Ainda, como destaca Campana (s. d., s. p.), “sempre propomos diálogos com a arte. Queremos mostrar esse lado nosso, de fazer pontes entre as disciplinas, e não criar fronteiras”.

Figuras 42 e 43 - Poltrona Vermelha e Favela



Fonte: Campana (2017)

Coleção Edra, Poltrona Edra, 1998: feita de corda de algodão e estrutura em aço.

Coleção *Ideal Home*, Favela, 2004: instalação *Ideal House* – Feira de móveis de Cologne, Alemanha.

Figura 44 - Cadeira Banquete Jacaré



Fonte: Campana (2017)

Coleção *Stuffed Toys*, Cadeira Banquete Jacaré, 2002: Cadeira feita de jacarés de pelúcia costurados a mão em estrutura de aço inoxidável escovado.

Figuras 45 e 46 - Cadeira Harumakie e Poltrona Cangaço



Fonte: Campana (2017)

Coleção Sushi, Cadeira Harumaki, 2002: feita de rolos de *sushi* – confeccionados artesanalmente com carpete, borracha, EVA, tecido e tapete antiderrapante – cobrindo parcialmente uma estrutura de alumínio escovado.

Coleção Cangaço, Poltrona Cangaço, 2015: feita de vime sintético tramado em estrutura de aço inoxidável, coberta artesanalmente por couro – colaboração do mestre artesão Espedito Seleiro.

Figura 47 - Aparador Boca Horizontal



Fonte: Campana (2017)

Coleção Boca, Aparador Boca Horizontal, 2013: feito de couro bovino e espelho em bronze.

Figura 48 - Mesa Cobogó



Fonte: Campana (2017)

Coleção Cobogó, Mesa Cobogó, 2009: feita de terracota, resina e aço.

i. Marcelo Rosembaum

Em seu escritório de *design*, arquitetura e inovação, Rosembaum atribui valores a partir de ideias originais, inserindo a identidade cultural naquilo que faz.

Desde 2010 desenvolve a metodologia do *Design* Essencial, que se traduz na capacidade de olhar para uma cultura, descobrir, despertar e potencializar os seus valores e saberes através do *design*.

O *A Gente Transforma* é um projeto que atua em comunidades do Brasil e tem um plano de atuação para 5 (cinco) regiões a ser implementado através do Instituto A Gente Transforma e da Rosenbaum®.

Desde 2014 é curador do *Clube de Design do Museu de Arte Moderna de São Paulo*, um novo olhar sobre as possibilidades do *design* como ferramenta de transformação.

Principais projetos: Vale do Ribeira, Várzea Queimada, Yawanawá, Fundação Bradesco – Fazenda Canuanã, com destaque para:

1. Projeto Vale do Ribeira:

Foi parte do Curso *Design* Essencial, criado para dividir, pela primeira vez, as experiências e metodologias do A Gente Transforma e saberes que grandes mestres nos passaram ao longo desses anos. A imersão no Quilombo Ivaporunduva fez parte do Curso *Design* Essencial. Equipe A Gente Transforma e alunos do curso foram viver na prática tudo o que trocaram e aprenderam. Ouvimos as histórias de Ivaporunduva e pensamos maneiras de contribuir com a criação de novas formas de contar as tradições do lugar. Em parceria com o ISA - Instituto Socioambiental criamos a *web* série

#RibeiraEssencial, uma campanha pela titulação das terras quilombolas. O Vale do Ribeira é uma região formada por 23 municípios paulistas e 7 municípios paranaenses, que guarda em seus parques e reservas naturais de mata atlântica (ROSENBAUM/PROJETOS/VALE DO RIBEIRA, 2017).

2. Projeto Várzea Queimada:

A Gente Transforma é um projeto que usa o *design* para expor a alma brasileira, um mergulho na cultura dos povos que formam o nosso país. É um resgate de histórias do passado para recriar o presente e construir o futuro sob novas bases, livre e sustentável. O projeto é uma criação coletiva, que envolve muitas mentes e almas, cheias de fé, esperança e criatividade. O Bradesco viabilizou este projeto aprovado pelo Ministério da Cultura, patrocinando o livro, o documentário e o *site* Várzea Queimada - Espírito, matéria e inspiração. Um povoado de 900 pessoas, membros de uma mesma família que continuam casando entre si no sertão do Piauí (ROSENBAUM/PROJETOS/AGT VARZEA QUEIMADA, 2017).

a) Coleção Toca

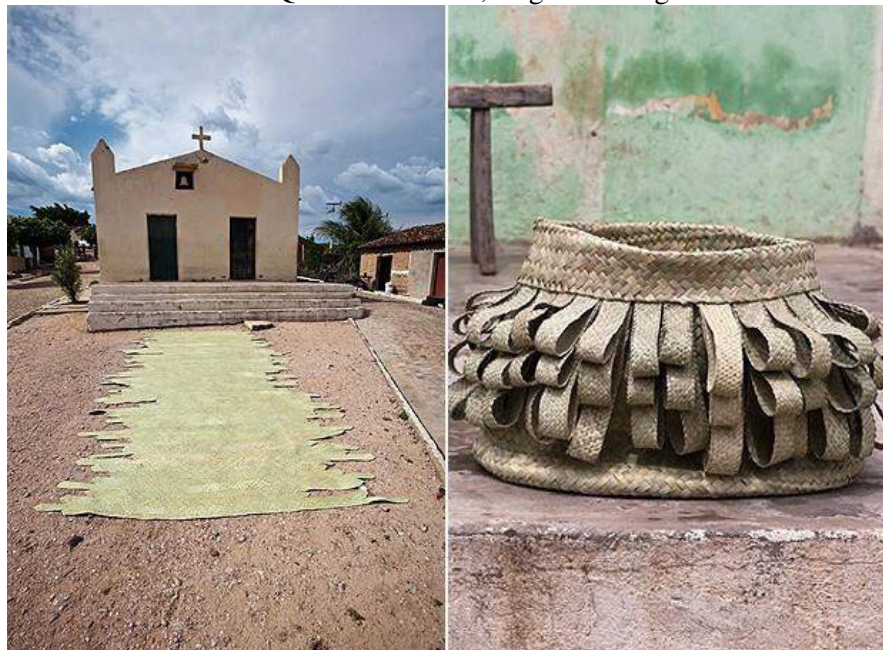
Resultado do projeto Várzea Queimada, a Coleção Toca apresenta homens que trabalham com a borracha, reciclando pneus, criando joias e peças de decoração e a criação de peças de palha de carnaúba, uma atividade feminina. O projeto tem como objetivo gerar renda para a comunidade e dar visibilidade a produção artesanal local, tendo a parceria da Prefeitura de Jaicós, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Sebrae no Piauí; Governo do Estado e Revista Casa Cláudia (AZ DECOR/DESIGN ACESSÍVEL PARTE I, 2014)

Da reciclagem da borracha de pneus velhos, os homens de Várzea Queimada criaram produtos como tapetes, colares, chaveiros, anéis e rosários e as integrantes da Associação das Mulheres Unidas de Várzea Queimada, utilizam a palha de carnaúba para a criação de peças como tabuleiros, bogoiós, tapetes, colchões e máscaras (CIDADE VERDE/NOTÍCIAS, 2017).

b) O artesanato e o turismo comunitário

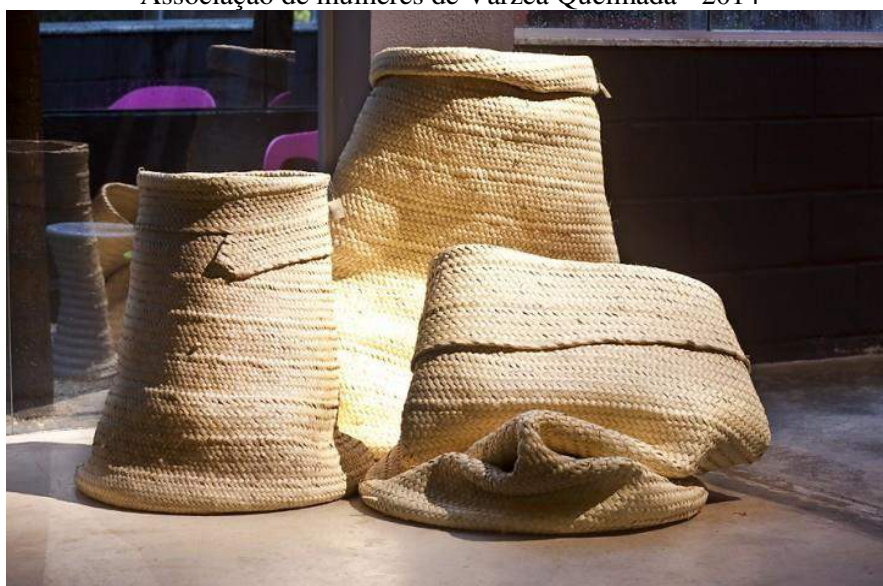
A medida que o projeto ganhou corpo, Várzea passou a despertar interesse em pessoas que queriam contribuir ou conhecer o projeto relacionado ao artesanato. O *A Gente Transforma*, em parceria com o Projeto Garupa e a Fundação Casa Grande, desenhou um modelo de turismo comunitário com o objetivo de trazer esse desenvolvimento com autonomia.

Figura 49 - Peças AGT – A Gente Transforma:
Tapete Vereda - trançado de palha de carnaúba pelas mulheres artesãs de
Várzea Queimada - Piauí; Bogoió de Argolas



Fonte: Casa e Jardim (2014)

Figura 50 - Cesto Bogoio
Associação de mulheres de Várzea Queimada - 2014



Fonte: AZ Decor (2014)

Figura 51 - O trabalho desenvolvido pela comunidade de Várzea Queimada, no Piauí.



Fonte: Tecto (2012)

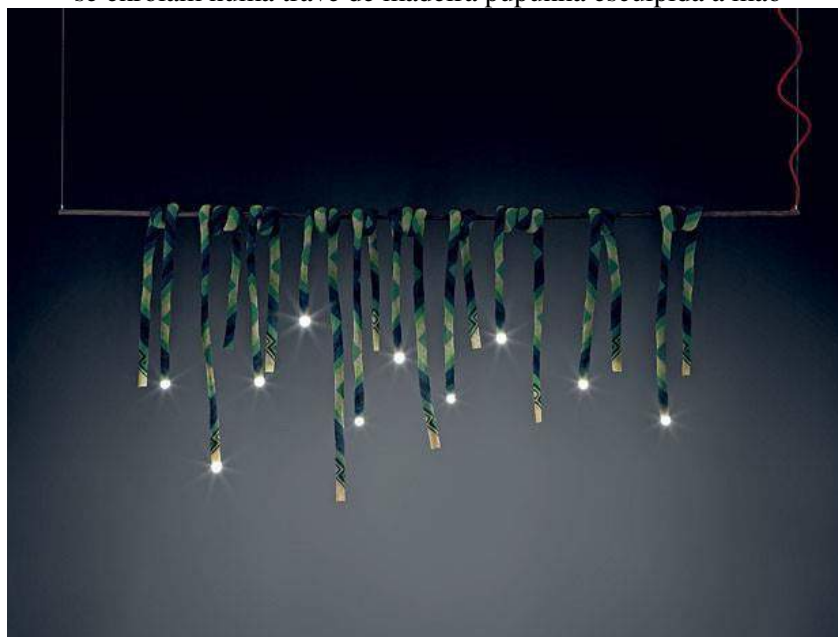
Coleção Toca - Toca da Borracha e Toca da Palha, “traz 30 peças de decoração e joias produzidas em parceria com comunidades que guardam séculos de conhecimento. Sua principal característica está em atender os requisitos da Nova Economia: inclusiva e sustentável” (TECTO/NOTÍCIAS/VÁRZEA QUEIMADA, 2012).

Figura 52 - AG973CL2 - Poster Carol Trentini, Rosário



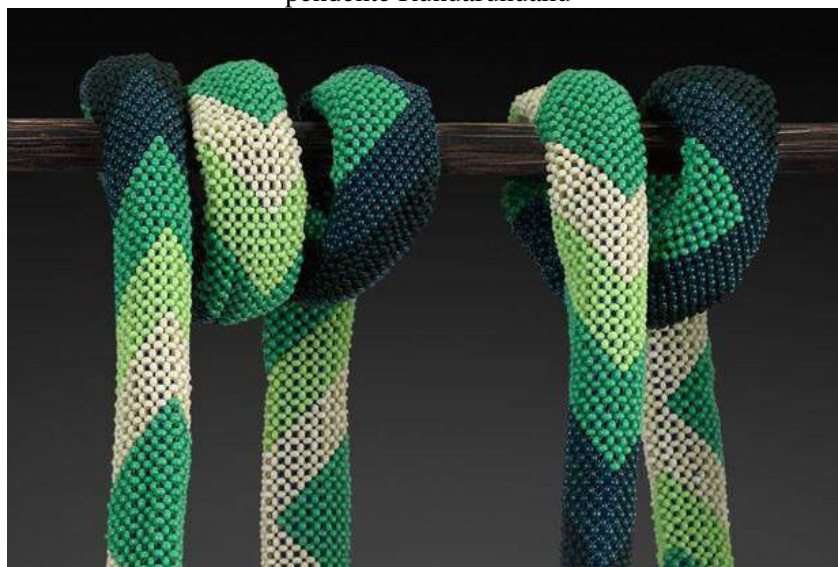
Fonte: Marco 500 (2017)

Figura 53 - Pendente Runuãrunuahu: 11 *jiboias pequenas* de miçangas se enrolam numa trave de madeira pupunha esculpida à mão



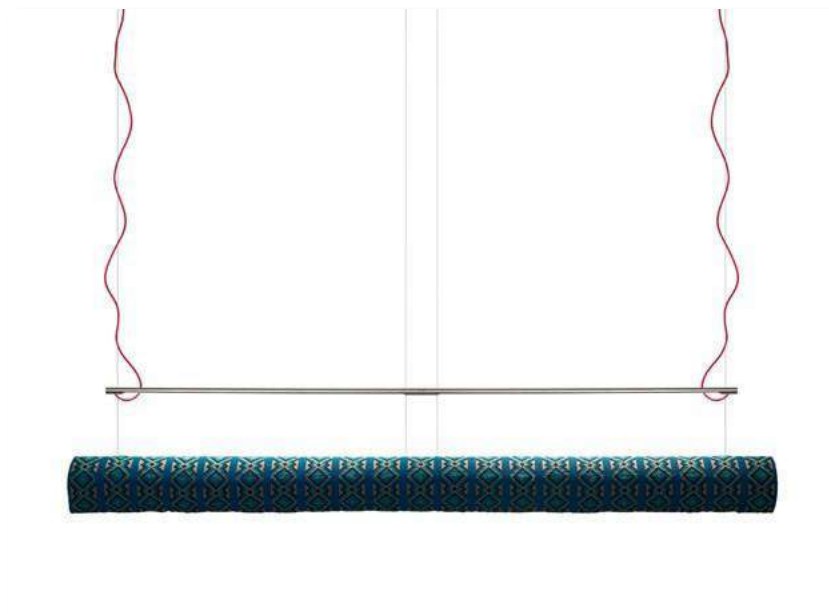
Fonte: Casa Vogue (2013)

Figura 54 - Detalhe do trabalho de miçangas nas *jiboias pequenas*, pendente Runuãrunuahu



Fonte: Casa Vogue (2013)

Figura 55 - O pendente Runuãkenê representa a *jiboia*, um dos animais mais sagrados para os yawanawás – a malha gráfica de miçangas rebate a luz emanada pela mangueira de LED embutida na canopla metálica superior



Fonte: Casa Vogue (2013)

Figura 56 - Detalhe da malha gráfica de miçangas do pendente Runuãkenê



Fonte: Casa Vogue (2013)

6.4 Processos de inovação no artesanato

A habilidade para inovar envolve processos de aprendizagem em diversas áreas, culminando no saber fazer artesanal.

Sob esse aspecto, as expectativas do mercado motivam processos de criação e atualização de produtos, atividades complexas, que requerem a cooperação de profissionais experientes e comprometidos – *designers*, arquitetos, artistas populares ou eruditos – que, atuando em “parceria com os artesãos, respeitando sua imaginação, sua cultura, seu local e a origem de seus conhecimentos, somados ao talento e à capacidade criativa, além de procedimentos técnicos, gerenciais, comerciais e financeiros”, devem resultar em incremento e desenvolvimento local (SEBRAE, 2015).

Ainda sob a narrativa do Sebrae (2015), a criação de linhas de produtos, com estética acurada, dirigida ao mercado consumidor de maior poder aquisitivo ou ao cliente moderno, cuja inteligência de consumo faz a distinção entre o luxo obsoleto e a valorização do genuíno – *Après Luxe* (pós-luxo), pode ser, em algumas condições, uma opção para valorização dos produtos e incremento de produção, sem perder, no entanto, a iconografia que caracteriza sua cultura de origem. Sendo assim,

Os processos que tornam a produção mais ágil e competitiva, adequando-se às novas exigências do mercado, tanto do ponto de vista da qualidade, quanto da técnica, devem ocorrer mantendo as características e os valores tradicionais de cada núcleo artesanal. Muitos produtos artísticos são ancestrais e devem ser preservados, mesmo que apenas como testemunho vivo da cultura (SEBRAE, 2015).

Os estudos e as pesquisas das bases do produto, além do acesso às novas tecnologias para o aprimoramento no modo de fazer, que envolve conhecimentos, equipamentos e novos processos de produção, são premissas para que sejam alcançados os resultados esperados, quais sejam, expressão de cultura e geração de renda (SEBRAE, 2015).

A busca da qualidade no artesanato, de acordo com as considerações do Sebrae Nacional (2015, s. p.) “se apoia em um conjunto de ações interdisciplinares integradas” e destaca que “a aproximação entre design e artesanato no desafio de melhorar a produção e a vida do artesão” [...], amplia “os horizontes do fazer artesanal, sem perder a perspectiva de sua história”.

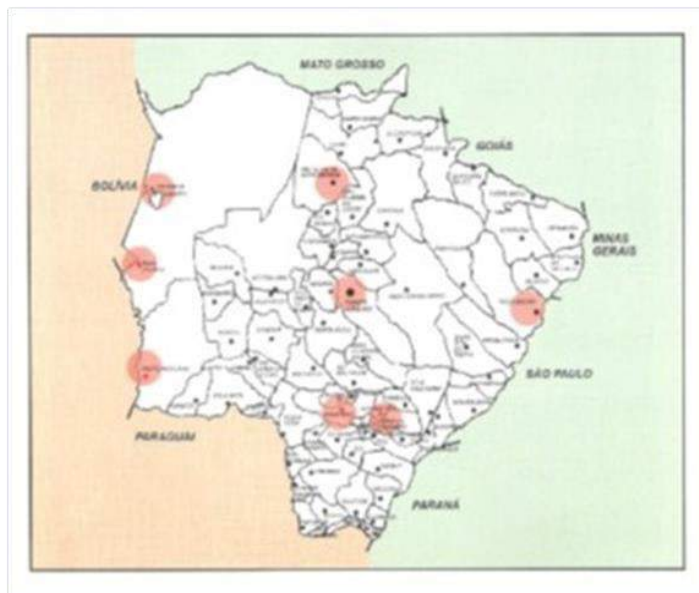
Uma das tentativas para que essa inovação no artesanato fosse incorporada à produção sul-mato-grossense se deu com a criação do manual Elementos da Iconografia de Mato Grosso do Sul (2002), conforme descrito anteriormente, e, para tanto, Vinaccia (2002) juntamente com o Sebrae MS (2002), com sua pesquisa iconográfica, propôs a utilização dos 67 (sessenta e sete)

ícones selecionados e abstraídos dos campos referenciais, em planos têxteis e objetos de três dimensões, cujo objetivo era ser fonte de inspiração para aplicações artesanais nas mais diversas linhas de produtos, inclusive em roupa e louçaria da rede hoteleira local, ressaltando a identidade e cultura do Estado.

O processo criativo dessa pesquisa, está exposto no Manual Aplicativo – Elementos da Iconografia do Mato Grosso do Sul – SEBRAE/MS (2002), exemplificado no próximo tópico, no qual serão demonstrados a sequência e temas da pesquisa – locais, processo gráfico, seleção de cores, cores padrão – catalogação/registro Pantone®.

Quanto ao Processo Criativo – SEBRAE MS (2002), a primeira abordagem da pesquisa iconográfica em Mato Grosso do Sul, foi a definição das regiões investigadas e fornecedoras das imagens simbólicas para abstração e criação de estamparia, conforme demonstrado na figura 57.

Figura 57 - Áreas de pesquisa:
Oeste - Corumbá – Ladário, Forte Coimbra, Porto Murtinho;
Centro – Rio Verde do Mato Grosso, Campo Grande;
Leste – Três Lagoas; Sul – Dourados, Deodápolis, Glória de Dourados

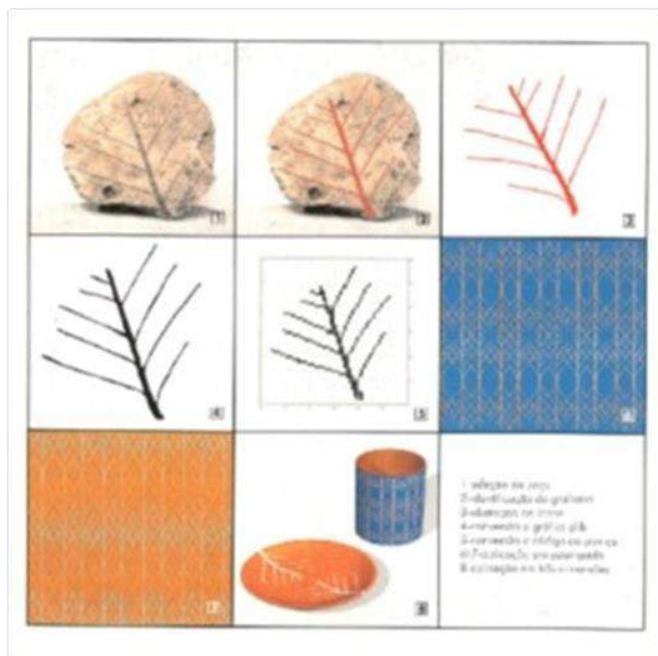


Fonte: Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

Em uma segunda etapa, de acordo com a sequência apresentada na Figura 58, a partir dos ícones escolhidos, o manual descreve o processo gráfico desde a seleção das peças, passando pela abstração do ícone, até a obtenção da estampa e suas aplicações.

Figura 58 - Processo gráfico:

1. Seleção da peça; 2. Identificação do grafismo;
3. Abstração do ícone; 4. Conversão a gráfico P/B;
5. Conversão a código de pontos;
- 6 e 7. Aplicação em estampado; 8. Aplicação em três dimensões



Fonte: Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

O terceiro passo do processo criativo trata da escolha das cores empregadas nas estampas, sendo nove cores extraídas de nove temas diferentes, todas correlacionadas aos locais pesquisados. As cores foram catalogadas e registradas na Pantone®, empresa sediada em *Carlstadt*, Nova Jersey, EUA, mundialmente conhecida pelos seus sistemas e tecnologias para os processos que envolvem cores com reprodução precisa, como linguagem padrão nas etapas de seleção, comunicação e controle de cores (PANTONE COLOR INSTITUTE, 2017).

As Figuras 59 e 60 mostram as cores selecionadas, catalogadas e registradas na empresa Pantone®:

Figura 59 - Seleção das cores



Fonte: Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

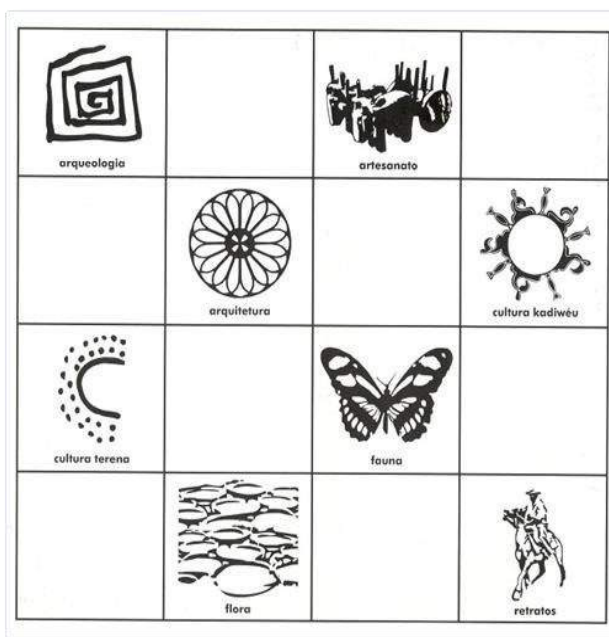
Figura 60 - Cores padrão: catalogação/registro Pantone®:
2985, 7452, 375, 3252, Red 032, 145, 1495, 109, 300



Fonte: Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

Na quarta fase, estão os 8 (oito) tópicos da pesquisa, nas quais foram destacados os ícones de cada tema, de acordo com as regiões selecionadas, conforme demonstrados na Figura 61:

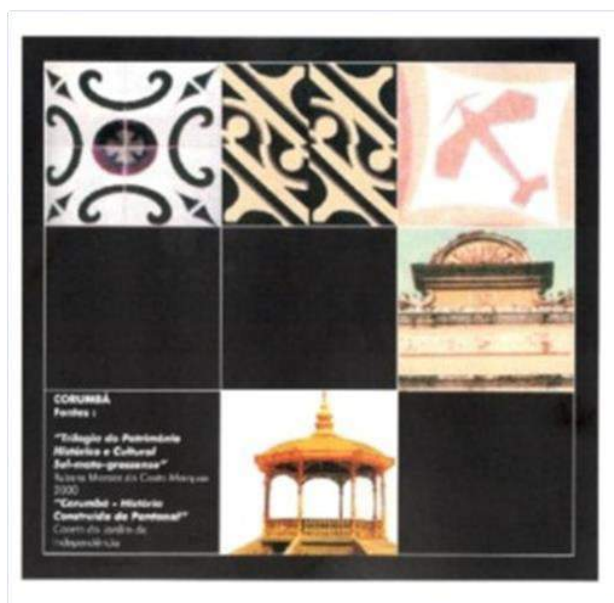
Figura 61 - Temas de pesquisa:
arqueologia, artesanato, arquitetura,
cultura kadiwéu, cultura terena, fauna, flora e retratos



Fonte: Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

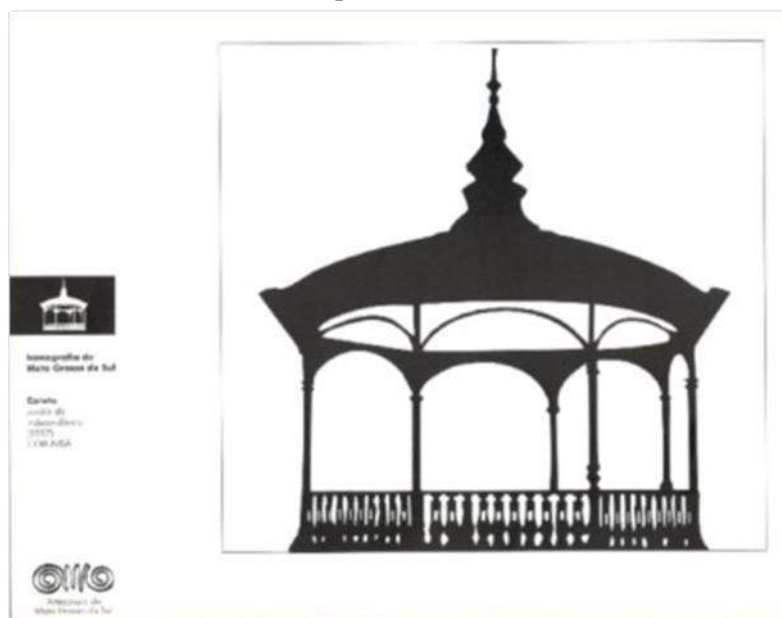
A seguir, serão demonstrados como exemplo nas Figuras 62, 63, 64, 65 e 66, o tema Arquitetura: Corumbá, MS, a sequência do processo gráfico, desde a seleção do ícone até a definição da estampa para aplicação em estampado e três dimensões em objetos utilitários.

Figura 62 - Arquitetura: Corumbá – fotografias de registro



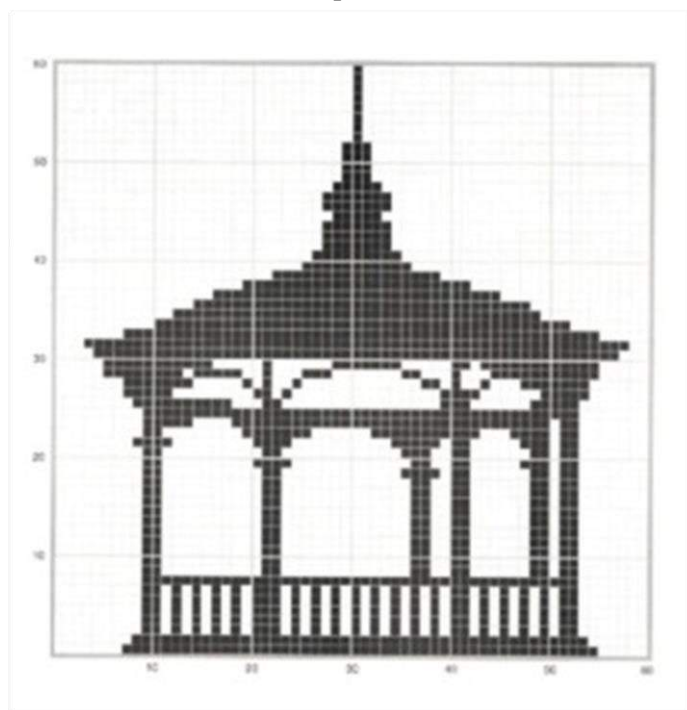
Fonte: *Trilogia do Patrimônio Histórico e Cultural Sul-mato-grossense* – Rubens Moraes da Costa Marques (2000) e *Corumbá – História Construída do Pantanal* – Coreto do Jardim da Independência – Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

Figura 63 - Conversão a gráfico P/B
Coreto – Jardim da Independência (1917), Corumbá



Fonte: Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

Figura 64 - Conversão a código de pontos
Coreto – Jardim da Independência (1917), Corumbá



Fonte: Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

Figura 65 - Aplicação em estampado
Coreto – Jardim da Independência (1917), Corumbá



Fonte: Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

Figura 66 - Aplicação em três dimensões
Coreto – Jardim da Independência (1917), Corumbá



Fonte: Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE, 2002)

O resultado desse processo criativo proposto pelo Manual Aplicativo – Elementos da iconografia de Mato Grosso do Sul (SEBRAE MS, 2002) oferece inúmeras possibilidades de utilização das estampas desenvolvidas, que poderiam ou podem ser fonte de inspiração para vários produtos desde artesanais – objetos de arte ou utilitários, revestimentos para uso na arquitetura – pisos e revestimentos para parede (cerâmicos, ladrilhos hidráulicos, papéis de parede), tecelagem – tapeçarias, ou, indo mais além, em uma escala industrial, rouparia para cama, mesa e banho para uso como enxoval na rede hoteleira do Estado, dando ênfase a cultura e identidade local.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apresentar expoentes da arte erudita a partir da Semana da Arte Moderna até a contemporaneidade; elencar as contribuições de *designers* brasileiros; pensar acerca do processo de inovação no artesanato, acima de tudo das contribuições artísticas locais, tendo como foco o Manual Aplicativo – Elementos da Iconografia do Mato Grosso do Sul – SEBRAE/MS (2002), foram os objetivos deste trabalho, que nortearam a realização da pesquisa teórico-conceitual e situaram as considerações finais aqui expostas.

Situar as artes – artesanato, *design*, arquitetura – nos mercados de produção e consumo, significa tentar entender as transformações ocorridas em todo o mundo nos últimos anos e as implicações no modo de produção dos países em desenvolvimento. As mudanças tecnológicas, com a substituição da mão de obra pouco qualificada por equipamentos, com produção em série, a comunicação em tempo real, globalizada, abrindo as fronteiras para o mercado consumidor, levam a um esforço para desenvolver produtos específicos para necessidades específicas, dentro de padrões e referências culturais locais.

O artefato, objeto resultante do ofício artesanal, não é somente arte mecânica (produzida), mas também arte liberal (criada), pois deve reunir as habilidades e conhecimentos do artesão para que esse artefato tenha identidade, apuro técnico, engenho e arte, expressando cultura e, por ter significado, possa resultar em geração de renda para quem o produz.

A arte popular e o artesanato podem ancorar os referenciais simbólicos e culturais que os consumidores procuram como diferencial de consumo, não com custos reduzidos, mas com valores agregados por serem exclusivos, singulares, com história própria, que, com o suporte do *design*, podem se tornar alvo, inclusive dos chamados *clientes modernos*, interessados no que é essencial e original.

Novos movimentos surgem e dentre eles, o que está sendo chamado de *Pós-luxo – o luxo com razão de ser* – a conscientização de que a verdadeira grandeza está em locais, momentos e vivências, em produtos que valem o que custam por sua autenticidade, que não sejam momentâneos ou modismos, mas que sejam únicos, pensados, com acuidade na produção e escala, eventos que reiteram ainda mais os valores locais autênticos.

Respeitadas as devidas condições e tradições, os trabalhadores das comunidades manifestam de forma artística, a experiência cultural acumulada, permitindo visualizar as inúmeras potencialidades do trabalho e movimentos de fomento dessas atividades criativas que representam meios de Desenvolvimento Local.

A produção artesanal, presente em todo território nacional, representa atividade econômica relevante – cerca de 67% dos municípios brasileiros, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – seja na produção, seja na comercialização, têm o artesanato presente na economia, o que reitera a importância da atividade, não só por gerar renda, mas por reconhecida expressão de identidade local e de diversidade cultural, uma vez que enriquece o patrimônio simbólico e artístico.

Os novos consumidores, os chamados clientes modernos, estão demandando renovação de produtos, atrelando-os aos novos conceitos de viver, estilos de morar, consumir, lançando um desafio para os artistas-artesãos, que é incorporar *design* e novas tecnologias aos artefatos, sem que a identidade local se perca.

No entanto, pode-se criar um paradoxo, pois se o artesanato necessita se modificar para atender as exigências do consumidor, pode correr o risco de perder a identidade cultural. Por outro lado, a preservação intransigente dessa identidade poderia implicar a redução da demanda, o que geraria reflexos negativos sobre a produção artesanal.

Posto isso, parece que há desafios para o setor, podendo-se citar em primeiro lugar, manter o artesão em sua atividade, em seguida, adequar sua produção às dinâmicas desse novo mercado, aliando os conhecimentos de profissionais do *design*, da arquitetura e afins, com uma atitude renovadora que se manifeste em novos produtos, processos e métodos, como estratégia de sobrevivência, mas sem perder as riquezas locais, definitivamente relevantes e significativas.

O mercado, cada vez mais ativo e mundializado, solicita implementações da atividade artesanal e as dificuldades que o setor apresenta, elencadas a seguir, precisam ser observadas e revistas para que haja crescimento e valorização do artesanato brasileiro.

Dentre as principais dificuldades, estão a inconstância e baixo volume de produção, relacionado a sazonalidade de demanda em regiões turísticas; a inconstância na qualidade – acabamento, tamanho, peso e formato; o custo fixado sem critérios – acima dos preços do mercado internacional e intermediários (compradores/revendedores dos produtos) no processo de comercialização; a falta de informações ou dados confiáveis sobre as demandas do mercado – distanciamento do artesão em relação ao público consumidor, fazendo com que a produção fique dissociada da venda e dificultando renovação de produtos e a falta de definição de público-alvo – fato que gera perda de eficiência.

A diversidade e renovação dos produtos artesanais ainda são vagarosas e os conceitos de coleções ou famílias de produtos vêm sendo inseridas aos poucos, em algumas regiões do Brasil, por meio dos *designers* e arquitetos que estão levando seus conhecimentos acadêmicos e experiências profissionais às regiões com aptidão inata, porém com baixa estrutura para

produção, divulgação e comercialização de seus produtos.

A deficiência de organização da produção e de espírito associativista como meio de formar grupos de interesse econômico autossustentável dos artesãos, dificulta o aceite de encomendas de maiores volumes que exijam trabalho cooperativo e o agravante do baixo nível educacional inibe a capacitação, a qualificação ou requalificação profissional, o que deixa a atividade artesanal menos inserida no mercado consumidor.

Contrapondo os aspectos negativos citados, há vários pontos favoráveis para implementação, desenvolvimento e valorização da atividade artesanal, que podem elevar o *status* dessa produção, prover seus autores e incrementar o desenvolvimento de várias regiões do Brasil, inclusive em Mato Grosso do Sul. Aliar a tradição ao contemporâneo, reforçando a identidade cultural, incorporar o *design*, novas tecnologias, resgatar e valorizar os saberes populares, podem ser os caminhos para novos mercados.

A disposição dos governos federal e estaduais em implementar programas de apoio e promoção do artesanato, dentre eles a sanção da Lei “do Artesão” nº. 13.180 de 22 de outubro de 2015, que dispõe sobre a profissão do artesão e entidades autônomas, a exemplo do Sebrae, dá subsídio aos processos de criação, produção e comercialização, ao incremento da capacitação para a feitura de produtos distintos e, por consequência, a disponibilidade de mão de obra, tendo como alvo os jovens, a fim de que seja evitada a migração para os grandes centros urbanos, premissas essas, para o desenvolvimento do capital humano e implemento da economia criativa local.

Aliados a essas ações, fazer valer o patrimônio, a identidade cultural, colocando-os em evidência, tirar partido da singularidade e das diferenças, farão com que a produção artesanal esteja em harmonia com os mercados mais dinâmicos e, como consequência, gerarão maior renda as seus produtores.

O desenvolvimento da atividade do artesanato pode ser a via para a construção de uma sociedade menos desigual. Essas necessárias conversões de atitude, começam pela base, pelo desejo individual de adotar uma nova postura diante da vida e de valores vigentes.

Compreender a dimensão e a importância das atividades que emergem do povo, e que, ao conjugarem arte e trabalho transformam-se em uma nova referência, colocam em destaque maneiras de viver e de dar respostas às necessidades humanas. Decerto, pode ser uma nova e ambiciosa dimensão da produção artístico-artesanal, que, aliada aos segmentos criativos com ênfase no *design*, serem direcionados para o Desenvolvimento Local.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Malba, PARENTE, Mercês. **Tradição e permanência: o fazer artesanal em Brasília**. Brasília: Instituto Terceiro setor, 2012.

AMBRÓSIO, Rodrigo. **Arapuca**. 2014a.

Disponível em: < <http://cargocollective.com/rodrigoambrosio/A-R-A-P-U-C-A> >. Acesso em 03 mai 2017.

_____. **Amélia**. 2014b. Disponível em:

<<http://cargocollective.com/rodrigoambrosio/following/rodrigoambrosio/A-M-E-L-I-A>>. Acesso em 03 mai 2017.

_____. **Kaeté**. 2014c. Disponível em:

<<http://cargocollective.com/rodrigoambrosio/K-A-E-T-E>> . Acesso em 03 mai 2017.

_____. **Zelo**. 2014d. Disponível em: <<https://www.habitusbrasil.com/rodrigo-ambrosio-design-cultura-regional/>>. Acesso em 03 mai 2017.

_____. **Fateixa**. 2014e. Disponível em:

<<http://cargocollective.com/rodrigoambrosio/following/rodrigoambrosio/>>. Acesso em 05 mai 2017.

ARRUDA, Maurício. Disponível em: <<http://www.mauricioarruda.net/>> . Acesso em 14 out 2017a.

_____. **Cadeira quintal**. Disponível em: <<http://www.mauricioarruda.net/quintal-cp/>>. Acesso em 08 jul 2017b.

_____. **Coleção Ignêz**. Disponível em:

< <http://www.mauricioarruda.net/tsporcelanasignez-gl/> > . Acesso em 09 jul 2017c.

_____. **Coleção Geraldo**, Disponível em: <<http://www.mauricioarruda.net/>> . Acesso em 09 jul 2017d.

AS PATRÍCIAS. MODA PARA MULHER REAL. ESTAMPAS DE HELOÍSA CROCCO NA GUTZ. 2013. Disponível em: <<http://aspatricias.com.br/blog/?p=23658>> . Acesso em 06 set 2017.

AS PLANTAÇÕES. In. ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL DE ARTE E CULTURA BRASILEIRAS. São Paulo: Itaú Cultural, 2017. Disponível em: <itaucultural.org.br>. Acesso em 11 out 2017b.

ÁVILA, Vicente Fideles. **Cultura de sub/desenvolvimento e desenvolvimento local**. Sobral: UVA, 2005.

AZ – ARMAZÉM DA DECORAÇÃO. DESIGN É NOSSO MUNDO. DESIGN ACESSÍVEL - PARTE I. 2014a. Disponível em:

<<http://www.azdecor.com.br/2014/01/design-acessivel-parte-i/>> . Acesso em 08 out 2017.

_____. 2014b. Disponível em: <<http://www.azdecor.com.br/2014/01/design-acessivel-parte-i/cesto-bogoio-associacao-de-mulheres-de-varzea-queimada/>>. Acesso em 08 mai 2017.

BAITELLO JR., Norval; SERVA, Leão. **A atualidade do pensamento do historiador de arte Aby Warburg**. Ilustríssima, Folha de São Paulo. 07/05/2017.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/05/1881548-a-atualidade-do-pensamento-do-historiador-de-arte-aby-warburg.shtml>>. Acesso em 05 jul 2017.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL – BNDES.

Cultura e economia criativa. Disponível em:

<<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/cultura-e-economia-criativa>>. Acesso em 10 out 2017a.

_____. **Apoio ao patrimônio cultural brasileiro**. Disponível em:

<<http://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/cultura-e-economia-criativa/patrimonio-cultural-brasileiro/apoio-patrimonio-cultural>>. Acesso em 11 out 2017b.

BARRETO, Cristiana. As culturas são feitas para dialogar? Museu Paraense Emílio Goeldi – MPEG. Janeiro 2010. Disponível em:

<<https://www.researchgate.net/publication/273135075>>. Acesso em 10 jul 2017.

BARROS, Marcos Paes de. O que é Design? ABRA – ESCOLA DE ARTE + DESIGN, 2005. Disponível em: <<http://www.abra.com.br/artigos/22-o-que-e-design>>. Acesso em 10 jul 2017.

BARNI, Graziela dos Santos. Embriologia e histologia. Londrina: Ed Educacional S/A., 2015. Aplicativo (App) Saber. Áreas de conhecimento – Ciências Sociais e Humanas, 2017.

BENNETT, Tony. *Popular culture: a teaching object*. Screen Education. 34, 1980.

BRASIL. **Economia criativa**. Disponível em: <<http://www.economiacriativa.com>>. Acesso em 05 jul 2017.

_____. Ministério da Cultura (MinC). Secretaria de Políticas Culturais. **Territórios**

Culturais. Disponível em: <<http://culturadigital.br/territoriosculturais/22-rota-pantanal-bonito-ms/http://culturadigital.br/territoriosculturais/22-rota-pantanal-bonito-ms/>>. Acesso em 08 ago 2017.

_____. Ministério da Cultura (MinC). Plano Nacional de Cultura (PNC). Disponível em:

<<http://www.cultura.gov.br/plano-nacional-de-cultura-pnc->>. Acesso em 10 out 2017.

_____. Ministério da Cultura (MinC). 7ª. Conferência Brasileira de Arranjos Produtivos Locais (CBAPL), 2015:

Disponível em: <<http://pnc.culturadigital.br/planos-territoriais/>>. Acesso em 07 set 2017.

Disponível em: <http://pnc.culturadigital.br/wp-content/uploads/2016/02/folder_apls_3.pdf>. Acesso em 07 set 2017.

CAMPANA. Disponível em: <<http://campanas.com.br/pt#limitededitions>>. Acesso em 14 out 2017.

CASA E JARDIM. Disponível em: <<http://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Agenda/noticia/2014/11/4-design-da-mata-reune-trabalho-de-artesaos-de-todo-o-brasil-em-sao-paulo.html>>. Acesso em 23 abril 2017.

CASA VOGUE. 2013. Disponível em:

<<http://casavogue.globo.com/MostrasExpos/noticia/2013/04/colecao-yawanawa-de-marcelo-rosenbaum.html>>. Acesso em 5 jul 2017.

CASTILHO, Maria Augusta de. Apontamentos em sala de aula. Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Desenvolvimento Local, Universidade Católica Dom Bosco – UCDB. Campo Grande, MS, 2017.

_____, Maria Augusta de; MITIDIERO, Marilda Batista. O museu José Antônio Pereira: a educação patrimonial no contexto da territorialidade urbana de Campo Grande. 2011.

CAVA, Laura Célia Sant'ana Cabral. **Leitura da imagem**. Londrina: Ed Educacional S/A., 2015. Aplicativo (App) Saber. Áreas de conhecimento – Ciências Sociais e Humanas, 2017.

CERÂMICA TERENA: Disponível em:

<<https://pt.scribd.com/document/56830576/Ceramica-Terena>> . Acesso em 12 out 2017.

CIDADE VERDE COM. O PIAUÍ CONECTADO 24 HORAS. 2012. Disponível em <<https://cidadeverde.com/noticias/110337/artesaos-de-varzea-queimada-vao-a-sao-paulo-expor-pecas-em-feira>> . Acesso em 23 mai 2017.

CONTERATO, Marcelo A.; FILLIPI, Eduardo E. **Teorias do desenvolvimento**. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/52804>> . Acesso em 25 mai 2017.

CROCCO, Heloisa. **I Encontro Design Artesanato**. 2002. Disponível em:

<<http://www.acasa.org.br/consulta/1%20encontro%20design%20artesanato>>. Acesso em 13 out 2017.

_____. Disponível em:

<<https://www.google.com.br/search?q=helioisa+crocco+topomorfose>>. Acesso em 10 out 2017a.

_____. Disponível em: <http://www.acasa.org.br/reg_mv/OB-00216/e5f5a852fd31ca8c7b6026e8759a4fbe> . Acesso em 10 out 2017b.

DEHEINZELIN, Lala. **Cadernos de economia criativa: economia criativa e desenvolvimento local**. Sebrae/ES e SECULT, Vitória-ES, 2008.

DEMATTEIS, G.; GOVERNA, Francesca. *Territorio y territorialidade em el desarrollo local. La contribución del modelo slot*. Turin, Ita: Boletín de la A.G.E. n. 39, p. 31-58, 2005.

DIAS, Luiz Francisco; SOARES, Magda Becker. **Sentido, significado e significação**. Glossário CEALE. Faculdade de Educação da UFMG. Instituição: Universidade Federal de Minas Gerais-UFMG / Faculdade de Letras.

Disponível em: <<http://ceale.fae.ufmg.br/app/webroot/glossarioceale/verbetes/sentido-significado-e-significacao>>. Acesso em 15 jul 2017.

ELIZALDE, Antonio. *Desde el “Desarrollo Sustentable” hacia sociedades sustentables*. Polis, Revista Latinoamericana, 2003. Disponível em: <<http://polis.revues.org/7154>>. Acesso em 12 jul 2017.

PRIMEIRA MISSA OU DESCOBRIMENTO. In. ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL DE ARTE E CULTURA BRASILEIRAS. São Paulo: Itaú Cultural, 2017. Disponível em: <itaucultural.org.br>. Acesso em 11 out 2017a.

FONTELES, Bené. **Nem é erudito. Nem é popular** – Arte e diversidade cultural no Brasil. Brasília: Universidade Federal do Rio de Janeiro e Ministério da Cultura, 2010.

FELLICIA. 2013. Disponível em: <<http://www.fellicia.com.br/catalogo-pt.pdf>>. Acesso em 7 nov 2017.

FERNANDES, Alfredo. INTRODUÇÃO. In. **Elementos da iconografia do Mato Grosso do Sul**. Campo Grande: Sebrae/MS, 2002.

FERREIRA, Suelda de Albuquerque. Psicóloga Social. Universidade de Lisboa. Faculdade de Letras – Departamento de Geografia. Fundação para a Ciência e Tecnologia. Disponível em: <<http://www.ceg.ul.pt/investigadores.asp?id=148>>. Acesso em 12 out 2017.

GAY, Carol. Boobam. Disponível em: <<https://boobam.com.br/loja/carol-gay>>. Acesso em 11 out 2017a.

_____. Boobam. Chaise cinto. Disponível em: <<https://boobam.com.br/produto/chaise-cinto-63>>. Acesso em 12 out 2017b.

_____. Boobam. Disponível em: <<https://boobam.com.br/produto/espelho-agata-68>>. Acesso em 14 out 2017c.

GOETHE INSTITUT. O ATLAS MNEMOSYNE DE ABY WARBURG PENSANDO COM IMAGENS. Disponível em: <<https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/mag/20867100.html>>. Acesso em 20 mai 2017.

GOUVEIA, Patrícia. **Arte - dicionário crítico**. Origens - arte, imagem e técnica. Arte - vida e meio. *Design*. 2011. Disponível em: <<http://www.artecoa.pt/index.php?language=pt&Page=Saberes&SubPage=ComunicacaoELinguagemArte&Menu2=Autores&Slide=101>>. Acesso em 15 jul 2017.

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO. **Notícias. Homenagem a Clóvis Irigaray abre temporada de exposições no Palácio da Instrução**. Disponível em: <<http://www.mt.gov.br/-/homenagem-a-clovis-irigaray-abre-temporada-de-exposicoes-no-palacio-da-instrucao>>. Acesso em 7 jul 2017.

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL. **A cultura. A cultura de MS**. Disponível em: <<http://www.ms.gov.br/a-cultura-de-ms/>> Acesso em 05 out 2017.

_____. FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL. Disponível em <<http://www.turismo.ms.gov.br/conheca-ms/artesanato/>>. Acesso em 05 nov 2017.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. PORTAL DO GOVERNO/SECRETARIA DA CULTURA/MUSEU AFRO BRASIL. Disponível em: <<http://museuafrobrasil.org.br/pesquisa/indice-biografico/lista-de-biografias/2016/04/07/mestre-didi---obras>>. Acesso em 05 nov 2017.

_____. MUSEU DA CASA BRASILEIRA. SÉRIE TOPOMORFOSE. 1999. Disponível em: <<http://www.mcb.org.br/pt-BR/produtos/serie-topomorfose>>. Acesso em 05 jul 2017.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva; Guaracira Lopes Louro. São Paulo: DP&A, 2001.

HOWKINS, John. **Economia Criativa** – como ganhar dinheiro com ideias criativas. 2001-2017. Trad. Ariovaldo Griesi. São Paulo: M. Books do Brasil, 2013.

HUMBERTO ESPÍNDOLA. Disponível em: <<http://www.humbertoespindola.com.br/005-obras-184.htm>>. Acesso em 05 nov 2017.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/218>>. Acesso em 20 jul 2017.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, SUPERINTENDÊNCIA MATO GROSSO DO SUL (IPHAN Mato Grosso do Sul). Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/ms>>. Acesso em 20 jul 2017.

JAHARA, Brunno. Disponível em: <<http://www.brunnojahara.com/info/>>. Acesso em 11 out 2017a.

JAHARA, Brunno; VOSS, Ana. *Paleae Brasilis*. Disponível em: <<https://www.kaza.net.br/produto/luminaria-paleae-brasilis/>>. Acesso em 10 out 2017b.

_____. Disponível em: <<https://www.kaza.net.br/produto/paleae-brasilis/>>. Acesso em 10 out 2017c.

KAMINSKI, Michelle. **Heloísa Crocco**. 2008. Disponível em: <<http://michachelle.blogspot.com.br/2008/11/helosa-crocco.html>>. Acesso em 10 out 2017.

LE BOURLEGAT, Cleonice Alexandre. **Desenvolvimento Local no contexto de territorialidades**. Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Desenvolvimento Local, Universidade Católica Dom Bosco – UCDB. Campo Grande, MS, 2017.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Trad. Bernardo Leitão *et al.* Campinas, SP: UNICAMP, 1990. (Coleção Repertórios).

MAM/Volpi: pequenos formatos. Disponível em: <<http://mam.org.br/exposicao/volpi-pequenos-formatos/>>. Acesso em 08 nov 2017.

MARCO 500. A GENTE TRANSFORMA. Disponível em:
<<http://www.marco500.com.br/designers/agentetransforma/>>. Acesso em 20 mai 2017.

MARTINS, Luiz Geraldo Ferrari. **Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação** – NP, Produção Editorial (2007). Disponível em:
<http://www.mackenzie.br/fileadmin/Graduacao/FAU/Publicacoes/PDF_IIIForum_a/MACK_III_FORUM_LUIZ_MARTINS_2.pdf>. Acesso em 20 jul 2017.

MARTINS, Mirian Celeste; PICOSQUE, Gisa; GUERRA, Maria Terezinha Telles. **Quatro letras: a língua do mundo**. 2012. Disponível em:
<<http://jaqueboth.blogspot.com.br/2012/07/quatro-letras-lingua-domundo-mirian.html>> . Acesso em 04 jul 2017.

MATOS, Sérgio J. Disponível em: <<http://sergiojmatos.com/>>. Acesso em 12 out 2017a.

_____. Fruteira: coleção grades do Recife. Disponível em: <
<http://sergiojmatos.com/index.php/produtos/fruteira-grades-do-recife/>>. Acesso em 12 out 2017b.

_____. Chaise Borborema. Disponível em:
<<http://sergiojmatos.com/index.php/produtos/chaise-borborema-2/>>. Acesso em 12 out 2017c.

_____. Poltrona Pirarucu. Disponível em: <<http://sergiojmatos.com/index.php/produtos/592-2/>>. Acesso em 12 out 2017d.

_____. Cadeira Cobra Coral. Disponível em:
< <http://sergiojmatos.com/index.php/produtos/cadeira-cobra-coral/>>. Acesso em 05 nov 2017e.

NEWBIGIN, John. **A economia criativa: um guia introdutório**. Trad. Diana Marcela Rey; João Loureiro; Reino Unido: British Council: ODAI, 2010. Disponível em:
<https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf> . Acesso em 15 jul 2017.

NORTH, Winfried. **Panorama da semiótica: de Platão a Pierce**. São Paulo: Ana Blume, 1995.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **O que é linguística**. Copyright © by Eni Puccinelli Orlandi, 1 ed, 1986.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA- UNESCO. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/cultura/>>. Acesso em 20 set 2017.

PANTONE *COLOR INSTITUTE*. Disponível em: <<http://www.pantone.com.br/pantone-color-institute/>>. Acesso em 03 nov 2017.

PANOKSKY, Erwin. **Iconografia e iconologia: uma introdução ao estudo da arte da renascença**. Trad. J I. Coelho. São Paulo: Perspectiva, 1976. p. 47-87.

Disponível em: <[http://pt.scribd.com/document/99039946/PANOFISKY-Erwin-Iconografia-e-Iconologia - Uma-introducao-ao-estudo-da-arte-da-renascenca-in-Significado-nas-artes-visuais-sao-paulo-Perspectiva-197](http://pt.scribd.com/document/99039946/PANOFISKY-Erwin-Iconografia-e-Iconologia-Uma-introducao-ao-estudo-da-arte-da-renascenca-in-Significado-nas-artes-visuais-sao-paulo-Perspectiva-197)>. Acesso em 15 jul 2017.

PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL: Organização da Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/intangible-heritage/>>. Acesso em 20 jul 2017.

PERCIPIÊNCIAS. **Os metaesquemas de Hélio Oiticica**. Disponível em: <<http://perciencias.blogspot.com.br/2010/01/os-metaesquemas-de-helio-oiticica.html>>. Acesso em 7 nov 2017.

PETITINGA, Carolina Santos. **Mais definições em trânsito**. Desenvolvimento local. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/maisdefinicoes/DESENVOLVIMENTOLOCAL.pdf>> . Acesso em 15 mar 2017.

PILLAR, Analice Dutra. **A educação do olhar do ensino das artes**. Porto Alegre: Mediação, 1999. Disponível em: <<http://editoramediacao.com.br/livro/a-educacao-do-olhar/4/54>> . Acesso em 26 ago 2017.

PIZZIMENTI, Cris. Pensador. **Sou feita de retalhos. Pedacinhos...** 2013. Disponível em: <<https://www.pensador.com/frase/MTk5NTA1Mg/>>. Acesso em 05 jul 2017.

PLANO NACIONAL DE CULTURA. Disponível em: <<http://pnc.culturadigital.br/>>. Acesso em 09 jul 2017.

PORTAL SÃO FRANCISCO. Disponível em: <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/biografias/aleijadinho>>. Acesso em 15 dez 2017.

PRIMEIRA MISSA OU DESCOBRIMENTO. Disponível em: <[ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2017](#)>. Acesso em 4 ago 2017.

RAFFESTIN, Claude. Paysage et territorialité. Cahiers de géographie du Québec, v. 21, n. 53-54, p.123-134, 1977.

_____, Claude. Por uma Geografia do Poder. Tradução de Maria Cecília França. São Paulo (SP): Ática, 1993. Disponível em : < <http://geopuc.geo.puc-rio.br/media/v8n14a2.pdf> >. Acesso em 10 jul 2017.

RODRIGUES, Ana. **Dicionário crítico de arte, imagem, linguagem e cultura**. Disponível em: <<http://www.artecoa.pt/index.php?Language=pt&Page=Saberes&SubPage=ComunicacaoELi nguagemArte&Menu2=Autores&Slide=107>>. Acesso em 03 mai 2017.

RODRIGUES, Sérgio. **DISRUPTIVO**: aquilo que chuta traseiros. Revista VEJA, 2013. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/sobre-palavras/disruptivo-aquilo-que-chuta-traseiros/>>. 07 out 2017.

ROSEMBAUN, Marcelo. **Curso *design* essencial**. Disponível em: <<http://rosenbaum.com.br/projetos/vale-do-ribeira/curso-design-essencial/>>. Acesso em 11 out 2017a.

_____. **Várzea Queimada**. Disponível em: <<http://rosenbaum.com.br/projetos/agtvarzeaquemada/>>. Acesso em 11 out 2017b.

RUSSEF, Ivan. **Educação e cultura na obra de Mário de Andrade**. Campo Grande: UCDB, 2001.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4 ed. 2 reimpressão. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). V785e VINACCIA, Giulio. **Elementos da iconografia do Mato Grosso de Sul**. Campo Grande: Sebrae/MS, 2002. II. 1. Iconografia. I Título. II Série.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Economia criativa**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/economia_criativa>. Acesso em 15 ago 2017.

_____. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms?codUf=13>>. Acesso em 15 ago 2017.

_____. **O design no contexto da economia criativa**, 2015. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7df34e8247384939c2ff217f6a4efe7/\\$File/5679.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7df34e8247384939c2ff217f6a4efe7/$File/5679.pdf)>. Acesso em 20 jul 2017.

SCHENEIDER, Clarissa. **Heloísa Crocco lança livro que é pura poesia**, 2010. Disponível em: <<http://clarissaschneider.ig.com.br/2010/10/08/heloisa-crocco-lanca-livro-que-e-pura-poesia/>>. Acesso em 10 out 2017.

SILVA, Kalina Vanderlei; SILVA, Maciel Henrique. **Dicionário de Conceitos Históricos**. São Paulo: Contexto, 2006. Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAfXnkAH/dicionario-conceitos-historicos-kalina-vanderlei-maciel-silva>>. Acesso em 20 jul 2017.

STOREY, John. **Teoria cultural e cultura popular: uma introdução**. Trad. Pedro Barros. São Paulo: Sesc São Paulo, 2015.

TECTO. **Notícias várzea queimada, no Piauí**. 2012. Disponível em: <<http://www.tecto.com.br/Noticias/2012/08/07/Varzea-Queimada--no-Piaui>>. Acesso em 05 ago 2017.

Territórios Culturais. Disponível em: <<http://culturadigital.br/territoriosculturais>>. Acesso em 11 out 2017a.

_____. Disponível em: <<http://culturadigital.br/territoriosculturais/22-rota-pantanal-bonito-ms/>>. Acesso em 26 ago 2017b.

UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO. **Museu das Culturas Dom Bosco.**

Disponível em: <<http://www.mcdb.org.br/materias.php?subcategoriaId=23>>. Acesso em 07 set 2017.

VÍRUS DA ARTE & COMPANHIA. Disponível em: <<http://virusdaarte.net/portinari-crianca-morta/>>. Acesso em 15 dez .2017.

VUELO. **Coleção vuelo + cuocco ogro cor.** 2014. Disponível em:

<<http://vuelistas.com/blog/colecao-vuelo-crocco-ogro-cor/>>. Acesso em 05 set 2017.

WARBURG, Aby. *The Warburg Institute. School of Advanced Study of University of London.* Disponível em: <<https://warburg.sas.ac.uk/library-collections/warburg-institute-archive>>. Acesso em 05 jul 2017.

_____. Aby. A renovação da antiguidade pagã: contribuições científico-culturais para a história do Renascimento europeu. Disponível em:

<<http://www.contrapontoeditora.com.br/produto.php?id=303>>. Acesso em 05 jul 2017.