

A MÍDIA E SUAS TECNOLOGIAS: Uma inferência sobre o impacto no processo criativo de desenvolvimento do Artesanato

MEDIA AND TECHNOLOGIES: An inference about the impact on the creative process of developing Crafts

SANTOS, Erik Silva dos; Bacharel em Design; UFSC

dossantos.erik@gmail.com

TEIXEIRA, Júlio Monteiro; Doutor em Engenharia de Produção; UFSC

juliomontex@gmail.com

FIGUEIREDO, Luiz Fernando Gonçalves de; Doutor em Engenharia de Produção; UFSC

lffigueiredo2009@gmail.com

Resumo

Este artigo faz uma reflexão sobre o impacto da Mídia no processo criativo para o desenvolvimento do artesanato como produto da economia criativa. Ao trazer definições e conceitos, busca-se olhar para o viés do artesanato como pilar econômico que tem tido as mídias como pilar inicial para a aquisição de conhecimento técnico para o processo criativo do seu produto-final, aquisição esta que tinha como base a transferência cultural, herança familiar ou até mesmo por conhecimento tácito. As comunidades criativas têm cada vez mais visto potencial econômico no produto artesanal que é movimentado por setores produtivos como o turismo que impulsiona a curiosidade de conhecer novos destinos e ter um souvenir que recorde a sua estada neste. Este cenário faz com que mais pessoas busquem conhecimento nas mídias para executar produtos artesanais que tenham diferencial de mercado, visando fomentar um movimento econômico que gere lucro para quem o executa.

Palavras Chave: mídia; artesanato; cultura.

Abstract

This article makes a reflection on the impact of the Media on the creative process for the development of crafts as a product of the creative economy. By bringing definitions and concepts, we seek to look at the craftsmanship bias as an economic pillar that has had the media as an initial pillar for the acquisition of technical knowledge for the creative process of its final product, an acquisition that had based on cultural transfer, family inheritance or even tacit knowledge. Creative communities have increasingly seen economic potential in the artisanal product that is moved by productive sectors such as tourism, which drives the curiosity to discover new destinations and have a souvenir that remembers their stay there. This scenario makes more people seek knowledge in media to create artisanal products that have a market difference, thus aiming to encourage an economic movement that generates profit for those who execute it.

Keywords: first keyword; second keyword; third and last keyword.

1 Introdução

As grandes cidades contemporâneas e urbanas vem mudando fundamentalmente suas formas de interação e por consequência, seu motor econômico. Em plena era pós-industrial, as cidades precisam se reinventar em busca de se manterem atrativas para que haja investimentos em diversos setores da sociedade, tornando-a autossuficiente do ponto de vista produtivo.

Nesse sentido surgem as cidades criativas, que possuem um ou mais pilares que funcionam como força motriz do motor econômico, propiciando desenvolvimento, oportunidades de emprego, aumento do turismo e qualidade de vida. É nesse contexto que o Artesanato, uma das atividades mais antigas do mundo, se coloca como elemento na fórmula criativa dessas cidades possibilitando uma ampliação da dimensão cultural, da oferta de serviços e capacidade de colaboração em prol da identidade e cultura destas cidades.

A criatividade que caracteriza o povo brasileiro e os artesãos e artistas populares em particular, os materiais utilizados e as técnicas empregadas na confecção dos produtos artesanais, traduzem a sua identidade e a riqueza da sua cultura. Além de materializar a alma da cultura brasileira, o artesanato é um setor da economia cujo crescimento possui alto potencial de geração de trabalho e renda, merecendo uma política de desenvolvimento sustentável, levando à preservação das culturas locais e à formação de uma mentalidade empreendedora, por meio da capacitação das organizações e de seus artesãos para a sociedade de mercado, onde o padrão de qualidade e a capacidade de produção elevariam a aceitação e competitividade do produto.

Com o constante advento de novas tecnologias, a ampliação de utilização das mídias e outros elementos de inovação, artesãos passaram a otimizar seu processo produtivo e até mesmo sua forma de adquirir o conhecimento que fomenta os elementos culturais e criativos de seus artefatos. O uso de ferramentas como impressoras 3D, máquinas para produção em série e até mesmo matéria-prima pré-fabricada tornam os produtos artesanais mais atrativos e ao mesmo tempo trazem agilidade ao processo de confecção - somado a isso, plataformas como o youtube, tiktok e instagram servem de catalizadores para a divulgação do trabalho de artesãos e também de plataforma para a difusão de suas técnicas, o que torna acessível para qualquer pessoa que tenha acesso ao conteúdo, replicar de forma fácil, o trabalho por eles executados.

As mídias têm interferido e mudado hábitos e comportamentos em sociedade em vários âmbitos do nosso cotidiano. A atividade artesanal apresenta-se como fonte de emprego e renda para mais de 8,5 milhões de pessoas no Brasil, e movimenta cerca de 28 bilhões de reais ou 2,8% do Produto Interno Bruto (PIB) do país. Assim como diversos setores, o Artesanato sofre a interferência da mídia e da tecnologia, através da forma de divulgar os produtos, novos processos de fabricação, novas fontes de matéria-prima e entre outros pontos. Uma das principais características do artesanato está em torno da cultura e a identidade local que pode vir a ser afetada negativamente pelo uso da mídia, então, fazer inferências da contribuição positiva de ambos, pode servir de suporte para novos estudos e direcionamentos de como manter a identidade do artesanato e ainda assim, trazer qualidade no processo produtivo e na visibilidade de quem tem no produto artesanal, a sua fonte de renda.

Nessa vertente, pessoas que buscam no artesanato uma alternativa econômica fazem uso das mídias como forma de aprender técnicas, localizar revendedores e criar conexões. Com base nisso, entende-se que ao absorver técnicas e elementos culturais de outro artesão, acontece uma interferência no tradicionalismo do artesanato que impactam desde o processo criativo e produtivo e que se permeia na identidade cultural do artefato resultante. O objetivo desse artigo é apontar possíveis impactos da mídia e da tecnologia com base nessa acessibilidade diferenciada de

conhecimento nos produtos e artefatos produzidos por quem faz uso de ambas.

A importância do método aplicado à pesquisa científica está em atenuar a influência da opinião própria do responsável pelo processo, a fim de maximizar a imparcialidade na experiência desenvolvida. Isso ocorre, devido ao conhecimento empírico, uma vez que o ser humano faz uso das informações com base nas suas experiências, crenças culturais e pessoais. A parcialidade é fator de empecilho, em qualquer situação, pois os resultados obtidos no meio científico servem como base para novas pesquisas e limitam assim, a assertividade. Em termos de procedimentos metodológicos este artigo visa, como seu principal objetivo apontar como se dá as conexões dos artesãos com as novas mídias no processo de criação de um produto artesanal no contexto de um cidadão da economia criativa que não possui em seu dia-a-dia uma herança técnico-cultural que os traga suporte para desenvolver um artefato com identidade e cultura previamente embutidos em seu conceito. Para guiar a investigação, o estudo busca levantar conceitos referentes ao artesanato no Brasil, posteriormente apresentar definições e conceitos da economia criativa, além de procurar entender a interação desses elementos como um todo.

2 Artesanato em cidades criativas

O artesanato é uma das manifestações culturais de um povo e sua revitalização tem efeitos que vão muito além da criação de oportunidades econômicas aos membros da comunidade envolvidos com a produção e comercialização de peças artesanais. O desenvolvimento do artesanato local tem efeitos na autoestima de uma sociedade e pode ser usado como complementação do produto turístico das destinações, já que há uma tendência dos turistas valorizarem peças originais e produzidas com técnicas locais. Configura-se como artesanato, toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade.

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), 54% da população mundial vive em áreas urbanas, uma proporção que pode aumentar para 70% até 2050. Esse rápido e complexo processo de urbanização traz muitas consequências para a sustentabilidade das sociedades nos âmbitos social, econômico, ambiental e cultural. Neste cenário, a criatividade tem ganhado cada vez mais espaço nas discussões sobre desenvolvimento, passando a ser vista como um importante ativo econômico. E, assim, aliada no conceito de cidades que investem em novos caminhos para seus modelos econômicos.

De acordo com Pessoa (2013), as Cidades Criativas são espaços urbanos no qual a articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais e governo são capazes de produzir uma movimentação cultural que desenvolve, atrai e retém talentos, promove diversidade social, aumenta a oferta de empregos, gera maior conhecimento entre cidadãos, aumenta o potencial criativo de empresas e instituições, atrai turistas e, assim, contribui significativamente para a economia da cidade e a qualidade de vida das pessoas. Para Wittmann (2019), estes espaços incentivam as interações entre seus agentes sociais, culturais e econômicos, viabilizando que os mesmos gerem negócios.

2.1 Comunidades Criativas

Comunidade criativa consiste na organização em grupos de indivíduos que buscam desenvolver sistemas facilitadores como alternativas às soluções “institucionalizadas” para resolverem seus problemas cotidianos. Existe um número crescente de pessoas que se organizam para arranjar soluções para alguns dos novos problemas com que a sociedade contemporânea é confrontada. A estas pessoas podemos chamar empreendedores sociais ou comunidades criativas. Empreendedores sociais são indivíduos que apresentam soluções inovadoras para os problemas sociais. São ambiciosos e persistentes, e contestam os grandes problemas sociais, oferecendo novas ideias para uma mudança global.

Em vez de deixarem este tipo de problemas encarregues ao setor governativo ou a negócios privados, detectam o que não funciona e resolvem o problema modificando o sistema, difundindo a solução e persuadindo outros grupos de pessoas a fazerem o mesmo.

Segundo Manzini (2010), as comunidades criativas são grupos de pessoas inovadoras que se organizam para resolverem um problema, ou para abrirem novas possibilidades, e ao agirem desta forma, dão um passo positivo no processo de aprendizagem da sustentabilidade social e ambiental.

O que existe de comum entre os empreendedores sociais e as comunidades criativas é o fato de serem pessoas normais que inventam novas maneiras de ultrapassarem os problemas cotidianos e de participarem na vida pública de uma forma ativa.

Esta atividade, não muito comum numa sociedade caracterizada, sobretudo pela passividade, resulta de uma vontade de mudança sem esperar que sejam as instituições tradicionais a resolverem os problemas. E esta mudança é posta em prática por pessoas criativas que persistem e investem nas suas próprias ideias, e que são capazes de transformá-las em serviços inovadores, respondendo a necessidades do dia-a-dia. Estas ideias são designadas como inovações sociais, isto é, novas ideias que funcionam para responder a necessidades não satisfeitas e melhorar a vida das pessoas.

2.2 Economia Criativa

A economia criativa tem como base a presença de pessoas criativas e talentosas buscando fomentar o empreendedorismo, a empregabilidade e o desenvolvimento econômico da cidade e/ou região, baseando-se sobretudo na geração de inovação e no fomento à indústria cultural. Embora não se tenha clareza sobre a origem do termo, o Departamento de Comunicação, Tecnologia da Informação e Artes da Austrália (2004) define o termo "Creative Nation" como a primeira definição em 1994, na Austrália. A revolução na tecnologia da informação e a onda de cultura de massa global ameaçam potencialmente nossa identidade e as oportunidades que as gerações futuras terão de crescimento artístico, intelectual e de auto expressão. Temos que acolhê-la e transformar o poder notável da nova tecnologia em um propósito cultural, criativo, democrático para gerar novos campos de oportunidade criativa. Destaca-se algumas características da Economia criativa:

- 1– Reconhecimento do valor agregado dos ativos intangíveis – seja pela ótica tecnológica (direitos industriais) ou pela cultural (direitos autorais), o intangível criativo passa a ser validado como conteúdo das indústrias criativas, bem como por adicionar valor a cadeias econômicas tradicionais (moda e têxtil, arquitetura e construção civil, design e mobiliário).
- 2– Complementaridade das políticas cultural, tecnológica e econômica e das ações com ou sem apelo comercial – ao reconhecer que a criatividade é a seiva vital da economia, o investimento em educação, capacitação, acesso e circulação de informação e nas demais

condições que formam um ambiente favorável à criatividade passam a nortear a política econômica, independentemente de a criatividade vir a se consubstanciar em programas com apelo comercial mais explícito ou de ciência pura/cultura experimental.

3– Expansão do conceito de cadeia setorial para o de redes de valor integradas - se as cadeias setoriais lineares caracterizaram a economia industrial, a economia criativa tende a contemplar as urdiduras que tecidas entre as cadeias e as novas relações que estabelecem com o próprio mercado. Assim, a produção e o consumo, impulsionados pelas novas tecnologias, ao invés de seguirem o modelo tradicional de um para muitos desdobram-se em uma gama de possibilidades de muitos produtores para muitos consumidores. A consideração das cadeias de forma entrelaçada será de especial importância para a discussão de cidades e clusters criativos.

4– Inserção das tecnologias digitais como espinha dorsal da criação, produção, circulação e/ou consumo criativo - as novas tecnologias participam da economia criativa tanto por serem indústrias criativas em si, como ao oferecerem canais alternativos de acesso à informação, produção, distribuição e demanda por bens e serviços criativos. Ademais, a ruptura (positiva aos que a aproveitam, negativa aos que a deixam escapar) que as tecnologias digitais proporcionam às formas de produção, distribuição e consumo de conteúdos criativos requer mudanças de modelos de negócios e formas de trabalhar, incluindo novas habilidades e infraestrutura (Department of Communications, Information Technology and the Arts, Austrália, 2004b).

2.3 Cidades Criativas Brasileiras

Visando promover a cooperação entre cidades que reconhecem a criatividade como um fator importante no desenvolvimento urbano em aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), no ano de 2004, criou a Rede de Cidades Criativas (Creative Cities Network – UCCN). Esta Rede reconhece que as cidades podem se inserir nos seguintes campos criativos: Artesanato e Artes Populares; Artes Digitais; Cinema; Design; Gastronomia; Literatura e Música (UNESCO, 2021). Dez municípios brasileiros receberam este título de reconhecimento internacional: Curitiba (PR), Brasília (DF) e Fortaleza (CE), na temática de design; Belém (PA), Florianópolis (SC), Paraty (RJ) e Belo Horizonte (MG), no campo da gastronomia; Salvador (BA), na categoria de música; João Pessoa (PB), no grupo de artesanato e artes populares; e Santos (SP), no tema de cinema.

João Pessoa, por sua vez, também é a única cidade integrante do grupo de artesanato e artes populares. Isso porque é o principal centro regional de comércio de artesanato e apresenta destaque para a produção de diferentes artes.

Para VIVANT (2014), as indústrias culturais se inscrevem numa lógica dupla de produção criativa e reprodutibilidade industrial. O processo criativo está no coração da produção e a indústria cultural por sua vez, capta a criatividade para transformá-la em um produto cuja reprodutibilidade permita rentabilizar uma produção e explorar sucesso a um vasto público.

É nesse contexto que o Artesanato vê o espaço de interconexão com a economia criativa. Ao ceder a sua criatividade, conhecimento e técnica, o artesão desenvolve artefatos que possuem teor cultural e de identidade local, pode-se aliar ao processo, a interferência da mídia e da indústria para agregar ao produto final, tornando-o melhor reprodutivo e fazendo com que o mesmo seja mais atrativo aos olhos do público.

Ao analisar o contexto do artesanato de souvenirs, por exemplo, vê-se que o impulsionamento do turismo em cidades criativas está atrelada ao seu potencial de identidade e cultura. Ao visitar cidades como estas, o turista pretende materializar sua experiência (quando

positiva) da melhor forma possível, buscando assim uma lembrança que tenha qualidade, durabilidade e ao mesmo tempo que mostre elementos figurativos e culturais da cidade visitada. É diante deste prisma que artesãos que utilizam dos conhecimentos de outros artesãos através da mídia, veem na reprodutividade uma oportunidade de desenvolver artefatos que possibilitem a aquisição de lucro dentro da ótica econômica.

3 Abordagem sistêmica do design

Segundo Muniz (2009), a abordagem sistêmica cria uma visão holística para interligar todos os stakeholders, objetivos e contextos.

[...] a utilização de uma abordagem sistêmica do design pode incumbir à atividade a função de atender a complexidade do sistema que envolve a instituição ou situação implicada como um todo, lidando com a inter-relação entre os atores desse arranjo e suas condicionantes.

De Lauro (2014, p. 32) afirma que a Abordagem Sistêmica é um “estudo ou uma interpretação de algo sob a visão sistêmica, procurando compreender o todo além das partes, as inter-relações além de eventos isolados, olhando para fatos e eventos sob a ótica organicista”.

Conforme Silva e Figueiredo (2010, p. 738), a abordagem sistêmica está contribuindo para visualizar um panorama cada vez mais abrangente da gestão de design, entendendo a organização estudada como um sistema aberto, em que as interferências ou problemas detectados podem ser de ordem ambiental, social ou econômica, relativos a interferências e relações internas e externas à organização e ao sistema de gestão de design.

3.1 Design sistêmico e modelos de gestão

O design sistêmico torna possível a reconexão de uma perspectiva que transcende a lógica do produtor e do consumidor ou usuário, pois não se limita ao objeto em si, repensado-o como componente de sistemas mais vastos. O autor ainda defende que o designer sistêmico é fundamental na participação das decisões de política da produção, até o momento exclusivas da alta administração, aplicando sua técnica e imaginação na procura de produtos (serviços) mais necessários e inovadores.

A visão sistêmica no design é atualmente uma das principais correntes para a concepção de produtos, serviços, processos e sistemas. E é partindo dessa visão sistêmica que o processo de modelos mentais se baseia, inicialmente criando conexões em relações entre termos de interesse para então explorar de forma concisa os pontos de interação, concordância e congruência.

4 Conexões mentais entre cidades criativas e artesanato

Para VIVANT (2014), as indústrias culturais se inscrevem numa lógica dupla de produção criativa e reprodutibilidade industrial. O processo criativo está no coração da produção e a indústria cultural por sua vez, capta a criatividade para transformá-la em um produto cuja reprodutibilidade permita rentabilizar uma produção e explorar sucesso a um vasto público.

É nesse contexto que o Artesanato vê o espaço de interconexão com a economia criativa. Ao ceder a sua criatividade, conhecimento e técnica, o artesão desenvolve artefatos que possuem teor cultural e de identidade local, pode-se aliar ao processo, a interferência da indústria para

agregar ao produto final, tornando-o melhor reprodutivo e fazendo com que o mesmo seja mais atrativo aos olhos do público.

Ao analisar o contexto do artesanato de souvenirs, por exemplo, vê-se que o impulsionamento do turismo em cidades criativas está atrelada ao seu potencial de identidade e cultura. Ao visitar cidades como estas, o turista pretende materializar sua experiência (quando positiva) da melhor forma possível, buscando assim uma lembrança que tenha qualidade, durabilidade e ao mesmo tempo que mostre elementos figurativos e culturais da cidade visitada.

Partindo dessa premissa, realizou-se o desenvolvimento e execução de um mapa conceitual que represente as conexões do artesanato, com a economia criativa e o impacto dessas relações dentro do contexto de uma cidade criativa. O primeiro passo para o processo de criação de um mapa conceitual consiste na listagem de todos os termos possíveis e relevantes para a temática abordada:

Figura 1 - Termos relacionados a artesanato e economia criativa

Áreas Urbanas	Materiais	Economia	Investimento
Centro	Social	Sustentabilidade	Regularização
Lucro	Política	Produção	Ferramentas
Negócios	Marketing	Indígena	Reconhecimento
Vendas	Divulgação	Referencia cultural	Economia Criativa
Comércio	Conhecimento	Arte popular	Gastronomia
Identidade	Artesão	Conceitual	Design
Diversidade	Souvenir	Industrial	Artes
Apelo afetivo	Criatividade	Artesanato	Música
Durabilidade	Capital Intelectual	Atores	Cinema
Qualidade	Técnica	Artefatos	Turismo
Diferencial	Recursos	Manual	Cultura
Padronização	Treinamento	Capacitação	Cidades

Fonte: Os autores (2023)

A técnica de selecionar os conceitos de uma relação específica e construir uma rede hierárquica para representar as informações de forma clara e resumida gerou a ferramenta capaz de representar o conhecimento humano: mapa conceitual (NOVAK; GOWIN, 1984). Os mapas conceituais são diagramas hierárquicos utilizados para ilustrar a estrutura conceitual de uma fonte de conhecimento. Os conceitos mais abrangentes ou gerais foram colocados no centro do mapa. À medida em que se distribuem, encontram-se conceitos intermediários, menos abrangentes (subordinados) - os conceitos foram interligados através de proposições e essas proposições sempre partem de um verbo (podendo ser de conhecimento, compreensão, análise, síntese e avaliação). Sendo assim, observa-se as conexões na imagem abaixo:

Figura 2 - Artesanato e as cidades criativas

como fonte de conhecimento e divulgação pode-se estar totalmente atrelado a produtos midiáticos, conectados de alguma forma ao provedor de conhecimento e também trazendo uma atenção de público já definida. Foge-se do meio de feiras de artesanato e centro históricos e direciona-se para o meio digital desde o início até na utilização do meio como divulgação (marketing digital).

Segundo a ABES (Associação Brasileira das Empresas de Software), em pesquisa realizada em 2021 pela Hostgator, em relação ao modelo de negócio, 97% das empresas respondentes tem presença no ambiente online, com 65% descrevendo sua atuação como totalmente digital e 32% declarando estar presente tanto fisicamente como de forma online. A pandemia foi a responsável por migrar todo ou parte do negócio para o digital para 28% dos respondentes.

A união do empreendedorismo e a economia criativa também buscam mais espaço com a transformação no âmbito digital. A Economia Criativa envolve os negócios que se apoiam na cultura e no capital intelectual, que sejam baseados na criatividade e que gerem valor econômico e que possuem visibilidade onde todos estão: a internet. Grande parte dos consumidores brasileiros já compram pelo celular, por isso é necessário investir em marketing digital para artesãos. Através dele, os artefatos podem ser vendidos em quantidades muito maiores do que os métodos tradicionais de venda.

6 Classificações do artesanato

A classificação de um produto artesanal está explicitada de acordo com alguns termos, sendo eles: origem, natureza e produção e qual o valor é expresso. Essa classificação também determina o potencial cultural do artesanato de acordo com o espaço e o tempo onde o mesmo é confeccionado. Segundo MASCÊNE (2010), o objetivo de se categorizar o artesanato está na facilidade do planejamento, execução e no monitoramento de projetos e ações a partir de indicadores de desempenho. O quadro abaixo mostra a classificação do artesanato de acordo com origem, uso e destino:

Tabela 1 – Classificação do artesanato quanto ao uso, produto e destino

Categoria	Uso, produto e destino
Artesanato Indígena	“Resultado do trabalho produzido no seio de comunidades e etnias indígenas, onde se identifica o valor de uso, a relação social e cultural da comunidade. Os produtos, em sua maioria, são resultantes de trabalhos coletivos, incorporados ao cotidiano da vida tribal.”
Artesanato de reciclagem	“É o resultado do trabalho produzido a partir da utilização de matéria-prima que é reutilizada. A produção do artesanato de reciclagem contribui para a diminuição da extração de recursos naturais, além de desenvolver a conscientização dos cidadãos a respeito do destino de materiais que se destinariam ao lixo.”

Artesanato Contemporâneo conceitual

“Objetos resultantes de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural. A inovação é o elemento principal que distingue este artesanato das demais classificações. Nesta classificação existe uma afirmação sobre estilos de vida e valores.”

Artesanato de Referência cultural

“Sua principal característica é o resgate ou releitura de elementos culturais tradicionais da região onde é produzido. Os produtos, em geral, são resultantes de uma intervenção planejada com o objetivo de diversificar os produtos, dinamizar a produção, agregar valor e otimizar custos, preservando os traços culturais com o objetivo de adaptá-lo às exigências do mercado e necessidades do comprador. Os produtos são concebidos a partir de estudos de tendências e de demandas de mercado, revelando-se como um dos mais competitivos do artesanato brasileiro e favorecendo a ampliação da atividade.”

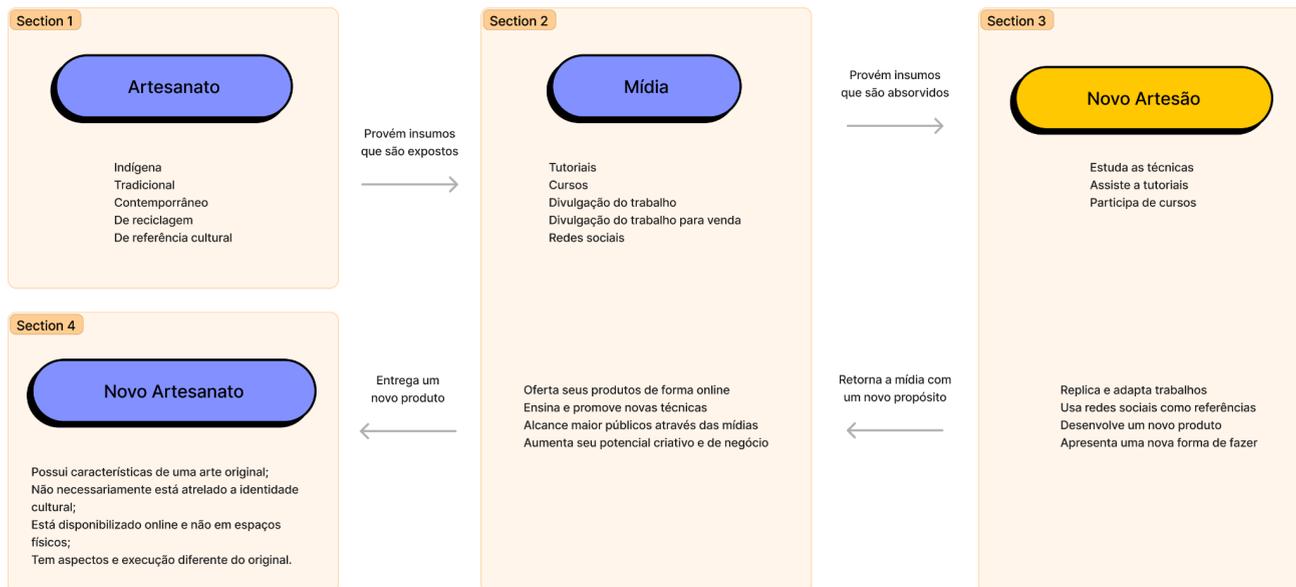
Artesanato Tradicional

“Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições e incorporados à vida cotidiana, sendo parte integrante e indissociável dos seus usos e costumes. A produção, geralmente de origem familiar ou comunitária, possibilita e favorece a transferência de conhecimentos de técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e valor cultural decorrem do fato de preservar a memória.”

Fonte: Adaptado de Base Conceitual do Artesanato, 2012

Quando sofre interação e interferência da mídia, se faz necessário entender os impactos quanto a forma de aquisição do conhecimento, entendimento da técnica e reflexo no resultado final. Pensando nisso e com base na pesquisa de referencial bibliográfico, entende-se a interferência da mídia no artesanato como um novo modelo que provêm alguns insumos importantes para futuras reflexões:

Figura 1 - Modelo de interação Mídia e Artesanato



Fonte: Os autores (2023)

7 Considerações finais

Após levantar conceitos e informações acerca de algumas vertentes do artesanato e como este pilar se conecta com a economia criativa das cidades, percebe-se a importância e a relevância de se conectar todos os pilares representativos de cidades criativas a fim de entender melhor quais são os impactos e as necessidades de cada âmbito de uma economia criativa. A dualidade do artesanato diante de cidades criativas está em manter a cultura e a identidade das suas técnicas, processos e ferramentas mas ao mesmo tempo, aliar a visão da indústria para que seus produtos sejam atrativos e ainda assim, reflitam na identidade de uma cidade.

Todo esse processo demanda olhares e ações específicas, seja na promoção de produtos e serviços que viabilizem a aquisição desses produtos ou seja na proposição de qualificação e capacitação e/ou investimentos para que artesãos aprimorem seus produtos, entendam como gerir seus negócios e ao mesmo tempo não deixem de apresentar a cultura de um povo através de seus artefatos.

Compreende-se a partir desse estudo que a mídia possibilita evoluções e diferentes nuances na forma de aquisição de conhecimento, produção e vendas para artesãos que antes não visavam a mídia e o ambiente digital como algo alcançável. Agora a opção de aprendizado de técnicas é mais ampla e fácil, passando as mídias a funcionar não somente como hub de conhecimento, como também vitrine de produto online.

Além disso, a mídia faz com que artesãos empreendam e desenvolvam novas capacidades, como por exemplo, o ensino através de vídeos tutoriais que anteriormente só eram possíveis em oficinas de artesanato presenciais. A transformação digital traz fontes de rendas múltiplas e desafia o artesão a se adaptar, se atualizar e buscar diferencial dentro dessa nova perspectiva de mercado.

Esse estudo se faz relevante uma vez que apresenta um olhar sobre o modelo dessa nova perspectiva de negócio que atinge o artesanato. A mídia e as novas tecnologias possibilitam através de ferramentas, plataformas e aplicativos comercializar produtos e difundir conhecimento para todo o país. O mercado de artesanato se amplia com a transformação digital e possibilitam

novas oportunidades de gerar renda para pessoas que usam o artesanato como fonte de subsistência.

8 Referências

ABES - **Associação Brasileira de Empresas de Software**. Acesso em: Outubro, 2022. Disponível em: <https://abes.com.br/quase-60-dos-negocios-brasileiros-passaram-a-investir-na-presenca-digital-durante-a-pandemia/>

ARANTES, Priscila. **Arte e Mídia no Brasil: Perspectivas da Estética Digital**. Ed. Senac/FAPESP, 2005.

DEPARTMENT OF COMMUNICATIONS, INFORMATION TECHNOLOGY AND THE ARTS (Austrália). **“Creative Nation – Commonwealth Cultural Policy”**. 2004. Disponível em: <http://www.nla.gov.au/creative.nation/creative.html>. Acesso em: Outubro, 2022

MASCÊNE, D. C.; TEDESCHI, M. (Orgs). **Termo de Referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato**. Brasília: SEBRAE, 2010.

MANZINI, E. **“Design para a inovação social e sustentabilidade”**. Cadernos do Grupo de Altos, 2010

Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Base Conceitual do Artesanato Brasileiro** - Brasília, 2012.

Ministério do Turismo. **Cidades criativas do Brasil**. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/copy_of_CidadesCriativas.pdf. Acesso em: Outubro, 2022

MUNIZ, M. O.; FIGUEIREDO, L. F. G. **Redefinindo o design: por uma abordagem sistêmica**. Actas de Diseño, Palermo, v. 1, p. 215-227, 2009. Disponível em: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/ADC039.pdf. Acesso em: 1 nov.2015.

NOVAK, J. D. & GOWIN, D. B. **Learning how to learn**. New York: Cambridge University Press, 1984

PESSOA, Marcus. **O que é uma cidade criativa**. Marcus Pessoa, 2013. Disponível em: <https://marcuspeessoa.com.br/o-que-e-uma-cidade-criativa/>. Acesso em: Novembro, 2022

SILVA, Carina Scandolaro da; FIGUEIREDO, Luiz Fernando Gonçalves de. **Abordagem Sistêmica da Gestão de Design em Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (MPEs)**. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, São Paulo, p.730-741, 2010. Disponível em: <http://blogs.anhembri.br/congressodesign/anais/artigos/69903.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2022.

VIVANT, Elsa. **O que é uma cidade criativa?**. Tradução: Camila Fialho. Título original: Qu'est-ce que la ville créative? Ed. Senac São Paulo, 2012.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **The Creative Cities Network**. Disponível em: http://portal.unesco.org/culture/en/ev.phpLURL_ID=36746&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Acesso em: Outubro, 2022

WITTMANN, Tatiana. **Cidades criativas: Ativos intangíveis como recurso central de criação de valor**. Via Revista, Florianópolis, 6.ed., ano 4, p. 5-10, abril de 2019

9 Checklist

Área	Item	Checar
Layout da página	Margens e formato da página	
	Espacejamento	
	Recuos	
	Alinhamento	
	Texto	
	Título do artigo	
	Nome do autor	
	Nome do autor ocultado para revisão cega na primeira etapa de submissão	
	Nome, instituição, país e e-mail dos autores	
	Palavras-chaves e resumo em português	
	Palavras-chaves e resumo em inglês	
	Subtítulos	
	Marcadores gráficos e numéricos	
	Figuras e tabelas	
	Citações	
	Notas de rodapé	
Agradecimentos		
Referências		
Tamanho do artigo (páginas)		
Direitos autorais	Permissão de uso dos direitos autorais (se for o caso)	
Enviando o artigo pelo sistema	Formato do arquivo (PDF)	
	Tamanho do arquivo (MB)	
	Versão para revisão cega e versão para publicação	
	Registro correto do título	
	Registro correto e completo de nomes, e-mail e demais informações no sistema	
Categoria		

Eixo Temático

Atende às recomendações específicas da categoria para a qual você está submetendo o trabalho?
