**EIXO 3 – AÇÃO LOCAL, AÇÃO NOS BAIRROS**

**DESIGN ESTRATÉGICO PARA A VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL: CONTRIBUIÇÕES PARA CRIAÇÃO E COMUNICAÇÃO DOS PRODUTOS DO ATELIÊ ESCOLA DO MUSEU DA VILA**

MEDEIROS, IANA T. P. (1); CALDAS, ARTEMISIA L. (2); FILHO, ANTÔNIO G. M. (3)

1. Universidade Federal Delta do Parnaíba (UFDPar).

ianataise@ufpi.edu.br

2. Universidade Federal Delta do Parnaíba (UFDPar).

artecaldas@ufpi.edu.br

3. Universidade Federal Delta do Parnaíba (UFDPar).

[mineirofilho@ufpi.edu.br](mailto:mineirofilho@ufpi.edu.br)

Resumo

Este estudo apresenta o desenvolvimento de uma pesquisa realizada no Programa de Pós-graduação Mestrado em Artes, Patrimônio e Museologia da Universidade Federal Delta do Parnaíba (UFDPar). O estudo tem como objetivo analisar as ações desenvolvidas no ateliê-escola do Museu da Vila para aplicações de design estratégico que possam contribuir nos processos de criação e comunicação dos produtos para valorização do patrimônio cultural local. O trabalho se valerá principalmente da pesquisa-ação a partir de métodos e técnicas que incluem a comunidade de forma participativa, se beneficiando das ações do projeto desenvolvidas na localidade. O ateliê escola do Museu da Vila apresenta importante papel para contribuição do conhecimento e valorização do patrimônio cultural no bairro Coqueiro da Praia, Luís Correia, Piauí, entretanto, a ausência de ações estratégicas e planejamento podem ser um problema para a evolução e desenvolvimento do ateliê escola. Nesse processo de desenvolvimento do estudo serão destacadas ações de design estratégico que possibilita valorizar conjuntamente o capital territorial e social, em uma perspectiva duradoura e sustentável para o ateliê escola do Museu da Vila.

**Palavras-chave:** Museologia; Patrimônio Cultural; Design Estratégico.

**1 Introdução**

A pesquisa é um subprojeto associado ao Projeto Matriz 2 nomeado de Ecomuseu Delta do Parnaíba - MUDE. Este projeto nasceu da colaboração de agentes que prestam serviços às comunidades locais encontradas na Área de Preservação Ambiental (APA) Delta do Parnaíba. Referem-se à ação social e cultural, à educação para conhecimentos e reconhecimento da paisagem cultural, incluindo os patrimônios cultural e ambiental, tratando ainda da museologia e sustentabilidade.

Como proposta o MUDE promove a consolidação de um Ecomuseu, onde se destaca a busca e valorização pelo patrimônio cultural do território da APA Delta do Parnaíba. Situado no município de Luís Correia no estado do Piauí, mais especificamente a vila bairro Coqueiro da Praia. O Museu da Vila recebeu em 2018 um equipamento educativo cultural a serviço da sociedade, criado pelo Programa de Pós-Graduação, Mestrado Profissional, em Artes Patrimônio e Museologia, da Universidade Federal do Piauí (UFPI), em parceria com a Associação de Moradores do Bairro, onde funciona a sede do programa, atuando na formação de gestores do patrimônio cultural.

O local do estudo iniciou-se como uma pequena vila de pescadores às margens da praia do coqueiro. Onde a pesca é uma atividade praticada ainda nos dias atuais, sendo responsável pela fonte de renda de muitas famílias que residem no local. Entretanto, esse cenário se modificou bastante nos últimos anos visto que o local cresceu desordenadamente pela razão de sua praia atrair muitos turistas o que acarretou em um enorme avanço em sua massa urbana como explica MENDES et. al. (2018).

O território da vila de pescadores ao destacar potencial turístico provoca então mudanças significativas na realidade da comunidade local. E nesse contexto em 2018 foi criado o Ateliê-escola do museu da vila, um espaço que ofereceu oficinas de modelagem e costura com objetivo de capacitar mulheres entre 30 a 60 anos. Um grupo de mulheres com forte anseio pela criação e desenvolvimento de produtos gerados manualmente, para comercialização com a finalidade de colaboração na renda familiar.

Após as primeiras ações do Ateliê-escola e analisando as condições atuais do ateliê, percebemos que se faz necessário elaborar estratégias que promovam benefícios no espaço educativo e interativo. O objetivo é analisar as ações desenvolvidas para aplicações de design estratégico que possam contribuir nos processos de criação e comunicação dos produtos como forma de valorização do patrimônio cultural local.

Diante desse desafio, observamos que na região há uma prática de atividades artesanais, que apresenta potencial de gerar renda para a comunidade e atuar na valorização do patrimônio local. Freitas (2017) descreve que o fazer artesanal na contemporaneidade adquire novas dimensões, se reinventa criativamente para não deixar morrer a atividade. De forma que por meio do *design* estratégico, será possível planejar ações que valorizem conjuntamente o capital territorial e o capital social, em uma perspectiva duradoura e sustentável em longo prazo (KRUCKEN, 2009). Dessa forma, a pesquisa irá trabalhar com ações que consideram o contexto global de forma que irá contribuir com a criação e com a comunicação dos produtos gerados pelo ateliê escola.

O trabalho se valerá principalmente da pesquisa-ação, por se tratar de uma linha associada a ações coletivas e interativa. Todos os processos e ações da pesquisa serão construídos de forma participativa com a comunidade. Por meio das relações o trabalho possibilitará conhecimento tanto para a pesquisadora quanto para as pessoas envolvidas.

**2 O patrimônio cultural e sua relação com a economia local**

Patrimônio é compreendido atualmente como “um conjunto de bens culturais e naturais que uma comunidade local, ou a comunidade humana global reconhece como importante para sua identidade” (PASTOR HOMS, 2004).” Benhamou (2016) acrescenta que para o entendimento de patrimônio, precisa-se compreender que ele surge do passado, conta uma história e então traz as pessoas até o presente, onde ele é nutrido pela criatividade.

De acordo com a convenção do patrimônio mundial adotada pela Organização das Nações Unidas (Unesco), desde 1972 o campo do patrimônio é caracterizado de duas formas: o “patrimônio cultural”, que inclui monumentos (obras arquitetônicas, de escultura ou pintura monumentais, elementos de caráter arqueológico, inscrições, grutas), conjuntos (grupos de construção) e sítios (obras do homem e/ou da natureza); e o “patrimônio natural”, que envolve sítios, “monumentos naturais”, formações geológicas, zonas constituindo o *habitat* de espécies ameaçadas.

O patrimônio cultural é entendido como algo vivo e em constante processo, ele se configura a partir da relação da sociedade com sua história. Para definir patrimônio cultural Benhamou (2016, p.11) utiliza as palavras: “bens heterogêneos tangíveis e intangíveis cuja base comum é a referência à história ou à arte”.

De acordo com Almeida (2010), o patrimônio ganha relevância social e passa a ter sentido na medida em que é compartilhado, isto é, ao passo em que um bem material ou imaterial é reconhecido e apresenta um valor para um grupo de pessoas ele é considerado patrimônio.

Benhamou (2016) explica que o patrimônio é importante para os cenários locais pois contribui salvando a economia local, uma vez que, cria empregos e laços sociais, reaviva locais que estavam adormecidos, cria ainda um elo entre o homem e um território. Com isso, O patrimônio é visto como um instrumento de projeção e de reorientação econômica, suscita atividades com forte conteúdo em serviços.

A economia do patrimônio trata-se de uma atividade que possibilita a geração de mais emprego e renda se comparada com outras atividades econômicas e ganha reconhecimento na medida em que é apontada como atividade de grande potencial econômico (GREEFE, 2003).

A partir desse contexto surgi a economia patrimonial, como é conhecida nos dias atuais, esta trata-se da economia relativa à produção de serviços relacionados ao patrimônio como a organização de exposições, assim como de shows e espetáculos; serviços auxiliares como a indústria de transporte-turismo-lazer ligada ao patrimônio; produtos derivados como os livros de arte, guias, lembranças de todos os tipos; funções coletivas de pesquisa como no campo dos monumentos, museus, patrimônio escrito e objetos classificados e também relaciona-se ao inventário, conservação, restauração, produção de serviços, informação e difusão (ARAUJO JUNIOR, 2012).

**2.1 A economia da cultura e a economia criativa**

Para o presente estudo é importante tratar de alguns setores da economia que se relacionam com o patrimônio. Nos últimos anos a economia tem se aproximado do ramo cultural, cada vez mais economistas progressivamente perdem a desconfiança com o mundo intangível da cultura e da mesma forma os gestores culturais foram sentindo a necessidade de compreenderem a economia em prol do desenvolvimento.

Neste sentido, surge no contexto global dois ramos da economia que trabalham com a criatividade e a cultura, a economia da cultura e a economia criativa. Para Araújo Junior (2012) a Economia da Cultura refere-se às atividades culturais que causam impacto econômico, esse setor estuda os objetos culturais enquanto objetos de valor, referindo a todas aquelas atividades econômicas que apresentam além de valor cultural um valor econômico.

A Economia da Cultura abrange algumas instituições culturais, como as artes cênicas, o patrimônio material, a cultura popular, os museus, os arquivos, as bibliotecas, os eventos, as festas e as exposições (LEITÃO, 2007). Segundo Benhamou (2016) a cultura deve ser refletida economicamente, pois é capaz de gerar empregos, trabalho e riqueza.

Da mesma forma, existe também no contexto da economia e da criatividade a chamada Economia Criativa, esta diferencia-se da Economia da Cultura, nesse setor entram não só as industrias culturais e o artesanato, como também o design, moda, arquitetura, informática, rádio, televisão, turismo, gastronomia e publicidade. Trata-se de uma nova economia que utiliza criatividade e inovação para gerar novas oportunidades, empregos e desenvolvimento econômico (MIRSHAWKA, 2016).

Segundo a especialista Deheinzelin (2012), a economia criativa é a estratégia de desenvolvimento do século XXI, pois gera riqueza e qualidade de vida através de recursos que são intangíveis como cultura, conhecimento, criatividade e experiência. Ela acrescenta que por serem intangíveis eles não se consomem com o uso, mas se multiplicam com este, demonstrando com isso, que é a única possibilidade de gerar abundância com sustentabilidade. Além disso, os resultados obtidos não são apenas financeiros, como também sociais, culturais e ambientais.

A Economia da cultura assim como a Economia Criativa representam um passo em prol do desenvolvimento sustentável e da inclusão social, contribuem dessa forma, para a geração de renda, trabalho, emprego, ou seja, caminham para uma economia mais sustentável, adequado aos atuais requisitos sociais, regionais e ambientais do país.

**3 Métodos e Técnicas**

Trata-se de uma pesquisa social atrelada a museologia, como afirma Minayo (1994, p.14), a pesquisa nessa área envolve seres humanos que, “por razões culturais, de classe, de faixa etária, ou por qualquer outro motivo, têm um substrato comum de identidade com o investigador, tornando-os imbricados e comprometidos”.

A pesquisa-ação de cunho participante, pois o estudo é realizado no âmbito do mestrado profissional em Artes, Patrimônio e Museologia, programa este que se destina à pesquisa social aplicada na área da museologia e da inovação social. A pesquisa-ação considera a experiência adquirida ao longo do caminho tão importante quanto o resultado do trabalho.

Dessa forma, o caminho que traçamos busca um processo participativo envolvendo a própria comunidade, dialogando assim com o conceito acerca da pesquisa participante que, Le Boterf (1984, p. 52) a define como uma modalidade de pesquisa que tem como propósito "auxiliar a população envolvida a identificar por si mesma os seus problemas, a realizar a análise crítica destes e a buscar as soluções adequadas".

O projeto-ação aqui descrito apresenta o design como uma ferramenta importante para a organização, que em abordagens desta tipologia dialoga com conceitos de estratégia. O Design estratégico aparece como um método apresentado frente a problemática encontrada na pesquisa, e conforme afirmam Coutinho e Penha (2017, p. 26), o design trabalhado em relações com o intangível “se apresenta como um movimento protagonizado pelo empreendedor, impulsionado por tecnologias emergentes, aplicando modelos de negócio digitais e organizado para se tornar exponencial”.

De forma participativa estão sendo aplicadas ações estratégicas que se destinam tanto à criação como à comunicação os produtos locais produzidos pelo Museu da Vila e pelo Ateliê-escola nas redes sociais, como a criação de oficinas que capacitam pessoas de diferentes grupos da comunidade para as atividades atribuídas ao Ateliê-escola.

Neste enfoque, citamos a aplicação de duas oficinas em desenvolvimento, uma sobre empreendedorismo juvenil que objetiva compartilhar conhecimentos sobre informática básica e como utilizar a internet e as novas tecnologias para inovar no setor de comunicação dos produtos gerados pelo território e pelo Museu. Trabalhamos de forma criativa e inventiva conceitos e práticas sobre empreendedorismo e sua aplicação em ambientes digitais despertando postura empreendedora nos jovens da comunidade.

Ofertamos ainda as oficinas de tecelagem manual que objetivam capacitar mulheres da comunidade na criação de produtos artesanais com os recursos naturais locais atuando na valorização do patrimônio natural da região, acrescentando nessas pessoas habilidades que engradecem seus saberes.

**4 Design estratégico: ferramenta para valorização do patrimônio cultural**

A contemporaneidade aponta para um maior critério ao projetar um produto ou um serviço, o que destaca a necessidade de considerar as peculiaridades do público contemplado. Este mesmo pensamento se aplica na organização e estruturação do sistema por trás do empreendimento, assim como também com o momento de comunicação desse produto ou serviço. Atuando em benefício desse pensamento, o design torna-se fundamental, pois como afirma o *Intenational Council Societies of Industrial Design* (ICSID, 2016), a atividade tem como princípio a concepção de produtos, serviços, sistemas e experiências que destina-se para elevação na qualidade de vida das pessoas, considerando ainda a edificação de negócios de sucesso e à inovação. De acordo ainda com ICSID é ainda cargo do design garantir a promoção da sustentabilidade e da proteção ambiental, o apoio as diversidades culturais e a incessante busca por benefícios para a comunidade.

As questões atuais fazem surgir novas demandas e com isso, o design se reinventa e passa a abranger questões mercadológicas e estratégicas, possibilitando ir além do projeto de produtos para elaborar também serviços e sistemas. No cenário mercadológico atual o design atua de forma estratégica em função da inovação. Nichelle (2011) explica que design estratégico é compreendido neste âmbito como um sistema-produto, possibilitando a integração do produto (bem de consumo) com a comunicação e a forma de distribuição deste. Para Vatras (2010, p.97), quando o design é entendido como uma atividade que perpassa o aspecto externo dos produtos “é que ele demonstra toda a sua complexidade e potencialidade como atividade estratégica, representando o desenvolvimento consciente de projetos em curto, médio e longo prazo”.

Neste sentido, na contemporaneidade o design assume o desafio de desenvolver soluções para questões de alta complexidade, para isso é necessário observar o projeto de forma abrangente, envolvendo de modo sustentável produtos, serviços e comunicação (KRUCKEN, 2009). Acrescentando a essa particularidade atual da atual abordagem do design, contemplamos o entendimento sobre o real significado que as pessoas dão aos objetos que adquirem, o que leva em consideração contextos socioculturais, os símbolos e mensagens que as ofertas apresentam, além das experiencias e das emoções que resulta o processo em que uma pessoa adquire e usa determinado produto.

Dessa forma então caracterizamos o design estratégico e sua vasta atuação. Em organizações comunitárias, o design estratégico pode contribuir tanto para agregar valor aos produtos produzidos, como para os serviços oferecidos e a comunicações destes. Dessa forma, Krucken (2009) aborda que o design pode fortalecer a identidade local, e ainda assumir o papel de catalisador da inovação e da criação de uma imagem positiva ligada ao território. Com base nesta afirmação percebe-se que o design representa uma importante ferramenta para o desenvolvimento da identidade local.

A abordagem do design aplicada ao território visa beneficiar simultaneamente produtores e consumidores localizados em uma determinada região geográfica. Isso significa planejar ações que valorizem conjuntamente o capital territorial e o capital social, em uma perspectiva duradoura e sustentável em longo prazo (KRUCKEN, 2009, p. 49).

O design possibilita, como foi observado, soluções para questões locais, visando inovações e o designer (profissional do design) nesse cenário, tem o papel de colaborar no desenvolvimento de inovações em uma comunidade, assumindo função de “promotor de capacidades projetuais difusas” (Manzini, 2004, p. 20). Para complementar, Krucken (2009, p.45) descreve que a perspectiva do “projetar para” precisa ser modificada tornando-se “projetar com”, o que contribui para o pensamento de inovação social, onde implica-se modelos de ação colaborativos e participativos.

**5 Contexto local: o Museu da Vila e o Ateliê-escola**

Para a discussão do trabalho verificamos determinados aspectos descritos na introdução, o primeiro deles é o local da pesquisa. Apresentamos o contexto local, o Museu da Vila onde estão as instalações do Ateliê-escola.

Este estudo tem como recorte geográfico o bairro Coqueiro da praia na cidade de Luís Correia (PI) pertencente ao território protegido pela APA Delta do Parnaíba. De acordo com o último censo publicado pelo IBGE (2010) a cidade possui 28.406 habitantes. A cidade de Luís Correia surgiu de um povoado fundado no início do século XIX por pescadores que se instalaram nessa região de praias que na época pertencia ainda ao estado do Ceará, no ano de 1874 o povoado foi elevado à condição de vila (MENDES et al. 2018).

Um dos bairros mais conhecidos da cidade litorânea de Luís Correia, o bairro Coqueiro da Praia, situado a 10 km do centro da cidade. Iniciou-se a partir da formação de pessoas que se instalaram ali para conseguirem tirar do mar o sustento. Aos poucos os pescadores foram formando uma comunidade à beira-mar, dessa forma uma vila de pescadores nasceu naquela região. A pesca artesanal foi por muito tempo a base da economia local e mesmo com o passar dos anos e após a região passar por inúmeras mudanças ainda se encontram no local famílias que sobrevivem desta atividade.

O Projeto Ecomuseu Delta do Parnaíba, associado ao PPGAPM da UFPI e UFDPar, e que está em andamento desde o ano de 2015, constrói de forma colaborativa e participativa uma Rede de Museus de Território na APA Delta do Parnaíba. “A Rede é concebida como um instrumento integral e integrador de comunidades ribeirinhas, praieiras e deltaicas”, que habitam a Área da APA (PINHEIRO e CARVALHO, 2018, p.205).

Neste sentido, sob a gestão do PPGAPM da UFPI, atualmente UFDPar, nasceu em 2018 o Museu da Vila, equipamento cultural de sociabilidade e educação à serviço da comunidade, museu de território inserido em uma vila bairro, e ainda sede do programa de mestrado.

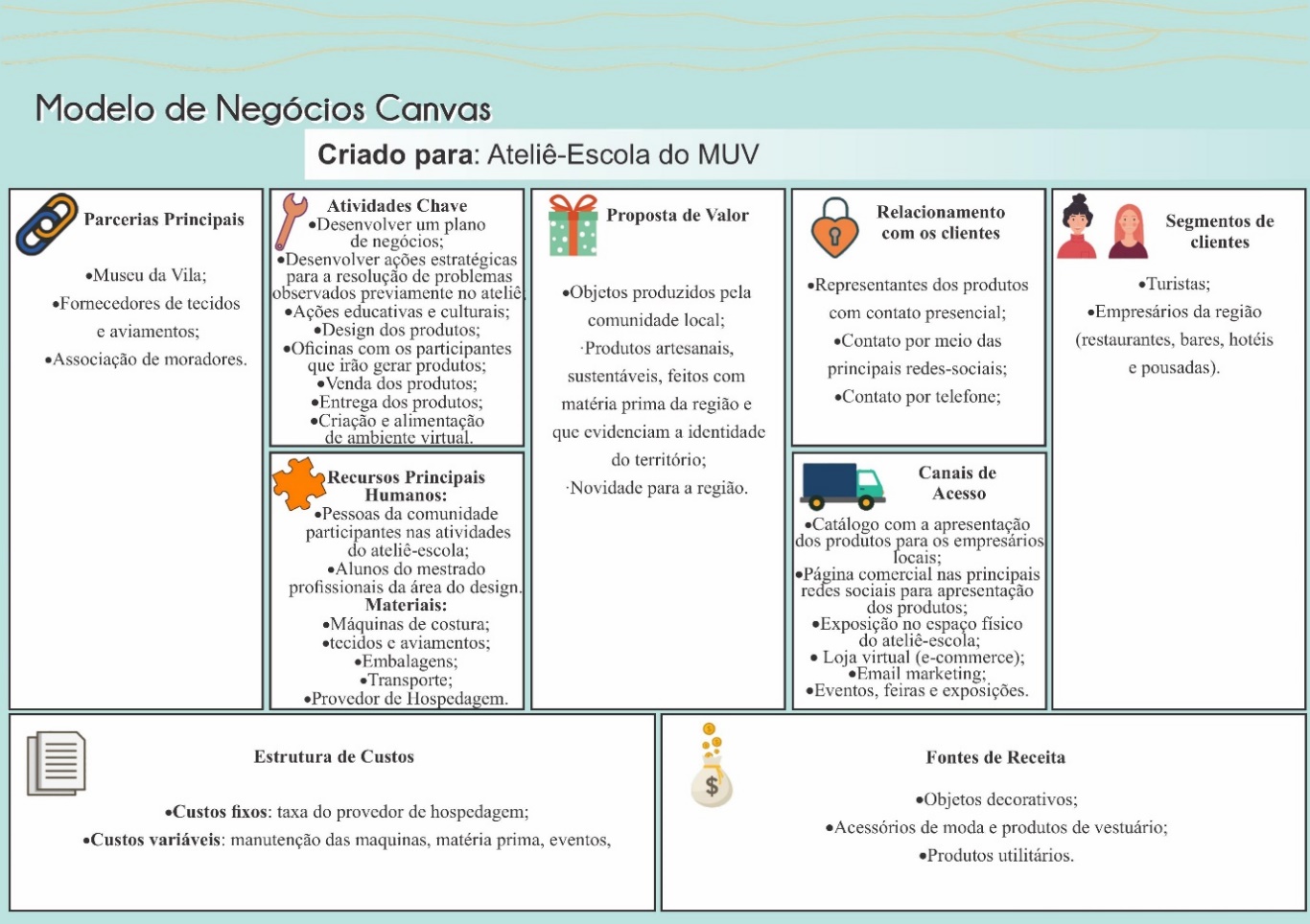
O Ateliê Escola do Museu da Vila foi criado em 2018 como um projeto-ação de natureza colaborativa e participativa entre o PPGAPM e o Museu da Vila, um dos polos do Ecomuseu Delta do Parnaíba, da UFPI, e a Associação de Moradores do Bairro Coqueiro da Praia, cujo conceito se firma no campo do *Design*, Artesanato e Museologia de Inovação Social.

E para reforçar o papel do Ecomuseu do Delta do Parnaíba, nesse contexto Pinheiro (2018, p.206) afirma que é missão e vocação de um Ecomuseu, desenvolver ações como documentar, criar programas e projetos de pesquisa, incluindo os patrimônios cultural e natural de um dado território, contribuindo com conhecimento, reconhecimento e valorização que são alcançados por meio da atribuição de sentidos e significados das memórias e histórias advindas das comunidades.

**6 Ações de design estratégico para o Ateliê-escola**

A partir de uma imersão na comunidade e da análise dos dados coletados, concluímos que algumas ações organizacionais deviam ser adquiridas para o enquadramento do Ateliê-escola do Museu da Vila no mercado de produtos culturais locais. Apresentaremos o Design Estratégico na construção de ações para a valorização e comunicação dos objetos gerados no ambiente do Ateliê-escola, situado no museu com a finalidade de gerar desenvolvimento socioeconômico para o local.

A primeira etapa da nossa abordagem destinou-se a diagnosticar o que existia de recursos no ateliê. Para isso um estudo detalhado a partir de algumas visitas ao local resultou em um relatório que apresenta os principais recursos encontrado no ambiente que estão destinados às atividades práticas.

 Ainda na etapa de análise e diagnóstico do Ateliê-escola, destinamos esforços para a formatação de uma análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oportunities e Threats)* o que possibilitou uma visualização de forma detalhada traduzida para FOFA as Forças, Oportunidades, Fraquezas, e Ameaças que o Ateliê-escola, como um empreendimento social apresenta. Em sequência a esta ação, observamos a necessidade de planejamento visual que expusesse o resumo das principais características de um empreendimento. Para isso utilizamos o método *Model Business Canvas* para a construção de um modelo de negócios, dessa forma conseguimos projetar o objetivo que almejamos alcançar com a iniciativa do Ateliê-escola, como mostra a figura 1.

Modelo de Negócios para o ateliê-escola.

Fonte: Autoria da pesquisadora.

A criação do modelo de negócios, possibilitou a visualização das principais características apontadas por um tradicional plano de negócios, de forma sintetizada e mais visual consegue-se desenhar as projeções atuais e futuras para a organização. Dessa forma, descrevemos toda a lógica sobre como a organização deve atuar nos processos de criação, entrega e captura de valor, além ainda de apresentar o que deve ser feito para entregar através dos produtos o valor proposto, o modelo ainda define as técnicas utilizadas para comercializar esse valor e como será feita a transação.

Nessa trajetória de execução do projeto-ação estamos trabalhando ainda a temática do empreendedorismo com crianças e adolescentes na faixa-etária entre 11 e 14 anos de idade que vivem o cotidiano da comunidade, destacamos no curso assuntos referentes as novas tecnologias, de forma a atrair a atenção dos participantes.

O curso ofertado foi nomeado “Empreendedorismo Juvenil: ações para ambientes virtuais”, e possui como objetivo: compartilhar conhecimentos sobre informática básica e trabalhar de forma criativa e inventiva conceitos e práticas sobre empreendedorismo e sua aplicação em ambientes digitais despertando postura empreendedora nos jovens da comunidade.

Outra ação de design que trabalhamos de forma participativa com a comunidade e que está em andamento trata-se do desenvolvimento de oficinas para capacitação das mulheres da Vila Bairro, utilizando recursos do patrimônio natural da região. Nestas oficinas aplicamos a técnica de tecelagem manual para o desenvolvimento de produtos decorativos, utilitários e artísticos.

O estudo até aqui desenvolvido vêm apresentando contribuições que já mostram-se pertinentes ao contexto da museologia social, o design estratégico colabora com a problemática aqui apresentada e dialoga com a nova museologia, uma vez que ele demonstra objetivos que buscam trazer para a comunidade melhorias, tanto relacionadas com a qualidade de vida das pessoas, como também com seu desenvolvimento socio, econômico e cultural.

**7 Considerações relevantes**

É observado que o local, apesar de possuir matérias primas de valor para inúmeras técnicas artesanais, não satisfaz em relação ao montante de produção dessas tipologias. O território também não proporciona variedades de produtos que podem ser ofertados como lembranças de referências identitárias e que possam oferecer aos consumidores não apenas objetos, mas também a experiência de viver o local. São problemas assim que podem ser explicados pela ausência de planejamento para a comercialização e comunicação desses produtos.

Por meio da observância ao descrito, e a partir da imersão na comunidade oferecida pelos princípios da Museologia Social, utilizamos de diálogos com os participantes do Ateliê-escola e com os empresários da região. Percebemos que esses empresários apresentam um mercado potencial para a iniciativa do ateliê, então chegamos à indagação acerca de como o design pode colaborar de forma a inovar os processos de criação e comunicação dos produtos desenvolvidos de forma colaborativa no Ateliê-escola do museu da vila?

A pesquisa desenvolvida envolve abordagens de campo que diferem nos seus objetivos e nos públicos participantes. As pesquisas-ações aqui apresentadas trabalham de forma conjunta com diferentes grupos de pessoas, com faixas etárias diferentes e ainda dialoga com pesquisas paralelas de colegas do mestrado que complementam este trabalho.

Para a obtenção de uma estruturação da organização do Ateliê-escola do Museu da Vila, sentimos a necessidade da criação de ações estratégicas que objetivam valorizar o patrimônio cultural local por meio da comunicação e promoção dos produtos gerados pelo Ateliê-escola. Para isso, um grupo de adolescentes participantes do cotidiano do bairro, participaram contribuindo com o desenvolvimento da pesquisa. Nessa etapa, contamos com a participação de cinco jovens, na faixa etária entre 11 e 14 anos de idade.

O grupo que atua nas atividades educativas para geração dos produtos, também são ativas na Associação de Moradores Coqueiro da Praia, são mulheres adultas, algumas possuem outras rendas, mas gostam das atividades artesanais e de costura. Reconhecem seus patrimônios e desejam demonstrá-los por meio dos objetos que desenvolvem.

Percebemos que trabalhos científicos e acadêmicos, como as pesquisas já concluídas e as em andamento, que envolvem a participação de uma comunidade, alcançam importância e apresentam questões que beneficiam grupos de pessoas, contribuindo com o desenvolvimento local.

Destacamos ainda que, em meio a contemporaneidade há um crescente grupo de consumidores que buscam produtos que representem patrimônios locais e práticas sustentáveis. Neste sentido, as ações de design ganham destaques por procurar atuar no campo da inovação.

Observamos que neste trabalho, os participantes de uma comunidade estão sendo qualificados para atuarem tanto na criação, como na promoção de produtos que valorizam o patrimônio do território, gerando inovação social. Diante do cenário apresentado, percebemos que o estudo e as pesquisas desenvolvidas nesse enfoque sugerem novos trabalhos dentro do programa que tragam inovações e possibilidades de continuidade aos trabalhos desenvolvidos. São projetos que buscam solucionar problemas que merecem a atenção dos gestores do patrimônio e proporcionem conecção com outras áreas do conhecimento.

**REFERÊNCIAS**

ALMEIDA, Luiz Fernando. Patrimônio, História e Sociedade. In:Áurea da Paz Pinheiro; Sandra C.A. Pelegrini. (Org.). **Tempo, Memória e Patrimônio Cultural.** Teresina: EDUFPI. 2010. p. 103 – 114.

ARAUJO JUNIOR, Edmar Augusto Santos de. **Economia do Patrimônio Cultural – efeitos das políticas de restauração sobre a região central da cidade do Rio de Janeiro.** Dissertação (Mestrado Profissional do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Rio de Janeiro. 105p. 2012.

BENHAMOU, Françoise. **Economia do Patrimônio Cultural**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016. 144p.

COUTINHO, André. PENHA, Anderson. **Design Estratégico** – Direções criativas para um mundo em transformação. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. 222p.

DEHEINZELIN, Lala. **Desejável Mundo Novo [livro eletrônico]:** vida sustentável, diversa e criativa em 2042**.** 1. ed. São Paulo: Ed. do Autor. 2012.

FREITAS, A. L. C**.; Design e Artesanato: Uma experiência de inserção da metodologia de projeto do produto**. Editora Blucher. 2017. 130p.

GREEFE, X. ***La Valorisation économique du patrimoine***. Paris*; La documentation française,* 2003.

ICSID *- International Council of Societies of Industrial Design*. 2016. Disponível em: <https://www.icsid.org/about/about/articles31.htm> Acesso em: 21 maio. 2021.

KRUCKEN, LIA. **Design e Território**: Valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009. 126p.

LE BOTERF, G. **Pesquisa participante**: propostas e reflexões metodológicas. In: BRANDÃO, C. R. (Org.). Repensando a pesquisa participante. São Paulo: Brasiliense, 1984.

LEITÃO, Sérgio Sá. **Seminário Internacional de Economia da Cultura** promovido pela Fundação Joaquim Nabuco, Recife, em julho de 2007. Revista do Programa avançado de cultura contemporânea. 2007 Disponível em <http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/economia-da-cultura-e-desenvolvimento-de-sergio-sa-leitao> Acesso em 21 abril. 2021

MANZINE, E. *El diseño como herramienta para la sostenabilidad medioambiental y social*. In: MACDONALD, S. (org.) **Design issues in Europe today**. Barcelona: BEDA, 2004, p. 8

MENDES, L. de A; PINHEIRO, A. da P.; CARVALHO, R de C. M.; ALVES, H. M. de D.; EVANGELISTA, I.M.; **VIVER O BAIRRO COQUEIRO DA PRAIA**: percepção urbana como ferramenta para conhecimento e valorização do patrimônio cultural. 2018. Disponível em: <<https://even3.blob.core.windows.net/anais/105461.pdf>> Acesso em: 20 out. 2019.

MINAYO, M.C. de S. (org). **Pesquisa social - Teoria método e criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994. 80p.

MIRSHAWKA, Victor. **Economia Criativa:** fonte de novos empregos, volume II. 2 ed. São Paulo: DVS Editora, 2016.

NICHELLE, KEILA MARINA. **Design de moda:** a cultura de projeto na moda com base nos conceitos do design estratégico. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Porto Alegre, p.134.2011

PASTOR HOMS, MARÍA IMACULADA. ***Pedagogía museística****: nuevas perspectivas y tendencias actuales.* Barcelona: Ariel, 2014.

PINHEIRO, Áurea da Paz; CARVALHO, Rita de Cássia Moura. **Rede de museus de território na área de proteção ambiental Delta do Parnaíba**. 2018.Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, Penedo, V. 8, Dossiê Número 4, set. 2018, p. 204-217 Disponível em: < <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>>. Acesso em: 27 out. 2019.

UNESCO. **Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial**. Paris, 17 de outubro de 2003. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540por.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2020.

VATRAS, AMANDA. **Design como estratégia de gestão**.  Dobras, v. 4, n. 8 p. 96-102, 2010.

