

Diagnóstico das atuações do design na produção de abacaxi na região de Berilo-MG

Actas de Diseño (2021, diciembre),
Vol. 35, pp. 238-252. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: septiembre 2017
Fecha de aceptación: octubre 2018
Versión final: diciembre 2021

Heloísa Helena Couto, Lucas Molin Alves César, Solange Andere Pedra e Kátia Regina Bastani (*)

Resumo: Berilo situa-se no vale do Jequitinhonha - Minas Gerais. Seus moradores têm como alternativa de trabalho a agricultura familiar como principal fonte de renda. Objetivo do projeto: diagnosticar o potencial da região, considerando o Design como meios de oportunidades e inovações da produção, processamento e comercialização das produções, na região. Sua importância está no reconhecimento das riquezas naturais, sua história e diversidade cultural, seu potencial patrimonial-turístico e produções em geral. Método adotado: pesquisas diretas e indiretas, workshop e entrevistas. As ferramentas do plano de ação: fluxogramas, mapas referenciais, quadros analíticos e questionários aplicados nas comunidades. Os resultados: interpretação dos dados coletados com diagnóstico socioeconômico, cultural e ambiental às futuras ações da região; identidade visual para o fruto e a associação; desenvolvido o plano de ações focado na comunidade e parceiros regionais com base na produção mais eficiente para região; evento anual a fim de refletir o fortalecimento das associações locais.

Palavras chave: Viabilidade - Produção - Abacaxi - Berilo - Design.

[Resumos em espanhol e inglês e currículo na p. 252]

1. Introdução

O município de Berilo e região foi o objeto desse estudo, situado na Região do Vale do Jequitinhonha, está localizado no Nordeste de Minas Gerais fazendo divisa com os municípios de Francisco Badaró, José Gonçalves de Minas, Chapada do Norte e Minas Novas. Na sua formação administrativa atual o município está constituído por dois distritos: Berilo e Lelivéldia. Berilo se estende por 587,1 km² e conta com uma população estimada de 12.431 habitantes, sendo que sua densidade demográfica é de 20,95 habitantes por km segundo fontes do Instituto de Geografia e Estatísticas (IBGE, 2014), da Diretoria de Pesquisas (DPE) e Coordenação de População e Indicadores Sociais (COPIIS).

O número de estradas pavimentadas e pontes de concreto são reduzidos, o município é servido pela rodovia estadual MG-114 e pela rodovia federal BR-367, ainda sem pavimentação de asfalto e sua ponte principal feita de madeira, o que dificulta em muito a logística e o escoamento da produção agrícola da região, sobretudo no período das águas.

O Vale do Jequitinhonha tem um dos menores Índices de Desenvolvimento Humano (IDH) do país. Os indicadores para o município segundo o IBGE (2010): IDH-M 0,628; PIB per capita a preços correntes, em 2012 foi de 5.596,88 reais.

Segundo o relato, do encontro de prefeitos de dez municípios, em 2010, as condições da região não são as melhores: a seca dura, em média, oito meses no ano; o acesso à educação e aos serviços sociais (por exemplo, na saúde) é precário; há uma falta de incentivo financeiro dos governos (estadual e federal) aos produtores; não há estímulo ao turismo, assim como oportunidades no mercado de trabalho. Sabe-se que a história da criação do município de Berilo tem sua origem nos bandeirantes

paulistas nos princípios do Séc. XVIII, em busca de ouro, sob o comando de Sebastião Leme do Prado. A formação do seu centro histórico, um potencial turístico, se deu a partir da fundação do município de base quilombola e da época da corrida do ouro. Desenvolveu sua economia com base na mineração e, posteriormente, na agricultura e pecuária. O bioma da região é o cerrado. Sua tradição têxtil foi relatada pelos viajantes e remonta ao século XVIII:

O município é conhecido pela excelência de sua tecelagem. Ao longo das gerações, as mulheres desse lugarejo se dedicam ao intenso trabalho de cartar, fiar e tecer o fio de algodão. Construindo uma composição de desenhos geométricos e figurativos, ao entremear fios de algodão de cor natural caramelo (ganga) ou colorido, criam motivos que retratam o cotidiano e a visão de mundo de sua comunidade. Algumas das cores aplicadas em sua tecelagem são produzidas a partir de árvores ou plantas regionais como o angico, o jenipapo e o mirixi, entre outras. [...] A tecelagem manual de Berilo é feita em tear mineiro com dois quadros de liço, onde os desenhos são executados durante o tecer, em alto relevo. Essa singularidade da técnica têxtil local identifica o trabalho (ARTSOL, 2010). Os moradores das zonas rurais têm como alternativa de trabalho a agricultura familiar como sua principal atividade, no plantio de feijão, milho, mandioca e abacaxi. A agricultura familiar atende às necessidades básicas das famílias suprindo a ausência dos homens que migram temporariamente, para trabalharem como boias-frias nos canaviais de São Paulo e lavouras do café de Minas. A produção agrícola de abacaxi é uma lavoura temporária. Os dados apurados no município pelo IBGE (2014) dessa produção registraram uma quantidade produzida de 4.200 milhões de frutos; o valor dessa produção representou 6.905 milhões de reais, com uma área plan-

tada e colhida de 120 hectares e rendimento médio de 35.000 frutos por hectares. Estes são números expressivos para uma produção de agricultura familiar. Os maiores problemas registrados na região produtora ocorrem no período da safra, períodos de chuva, perdendo muito da produção devido à precariedade da logística e condições ruins das estradas ainda sem pavimentação, dificultando o escoamento até os grandes centros e regiões adjacentes. O agricultor arrisca perder boa parte da produção por se tratar de carga perecível que demanda rapidez e agilidade na sua comercialização e consumo. Desta forma, as oportunidades de melhor venda desse produto ficam reduzidas obrigando o agricultor, para não perder toda a produção, a vendê-la por preço irrisório, bem abaixo do preço de mercado dos centros consumidores. Outro agravante, a maioria da população é constituída de produtores rurais que também cultivam os mesmos produtos, criando uma safra de maior oferta do que a demanda. Sua comercialização acontece em feiras livres de Berilo e de seus municípios vizinhos, limitando como a única saída do produto, a oferta in natura, por meio de atravessadores. Diante do exposto, perguntou-se: “Qual será a contribuição do design na ampliação de oportunidades e inovações da produção e no processamento e comercialização do abacaxi para a região de Berilo, no nordeste de Minas?” Contudo pretendeu-se afirmar que o design com sua visão multidisciplinar contribui consideravelmente, para a ampliação de oportunidades e inovações da produção, processamento e comercialização do abacaxi na região de Berilo.

A importância desse trabalho se deu pelo reconhecimento das riquezas naturais da região, por sua história e diversidade cultural e, sobretudo, pela produção agrícola do município de lavouras permanentes e temporárias.

O trabalho teve como meta diagnosticar o potencial da região de Berilo levantando oportunidades de ações do Design a serem trabalhadas no cultivo, processamento e comercialização do abacaxi. Conhecer o contexto da produção nas dimensões socioculturais, ambientais e econômicas; identificar ações de design compatíveis com as demandas locais; apontar a contribuição ao ambiente produtivo para o fortalecimento da identidade corporativa e diferenciação de serviços e processos de produção; identificar as oportunidades de inovação a partir de um planejamento estratégico de design.

Neste trabalho ressaltou-se a expressiva produção temporária do abacaxi, a defasagem de uma gestão estratégica na produção, processamento e comercialização do produto para um efetivo crescimento do valor dessa produção. O abacaxi cultivado na região é conhecido e apreciado por seu diferencial, aos demais centros produtores: é muito saboroso, tem polpa carnuda e doce.

A visão e estratégia do design no contexto local basearam-se, em um papel articulador no crescimento de práticas de agricultura sustentável: através da educação ambiental, fomentando a relação da comunidade ao meio ambiente. Acredita-se que através da agricultura familiar bem gerida e articulada será capaz de melhorar a quantidade e qualidade da produção; incrementar a gestão da logística quanto à organização, armazenamento e escoamento do produto, diminuindo riscos e valorizando o preço final do produtor. As ações propostas só

serão possíveis por intermédio da captação e articulação de uma política de parcerias pública privada e social, de articulação e diálogos entre as associações existentes e, da implementação de um processo artesanal de qualidade, que promova visibilidade e identidade aos produtos. Essas ações provocarão o crescimento e a melhoria da economia local, a geração de renda das famílias produtoras e sobremaneira reduzirão o êxodo rural da região. A população local tem-se reduzido e migrado para a zona urbana da Região Metropolitana de São Paulo entre outras cidades do sul de Minas, em busca de melhores oportunidades de vida e emprego. Desta forma, criar projetos que propiciam a promoção de uma política de geração de trabalho e renda, que invistam em atividades e no desenvolvimento sustentável, promoverá a volta de sua gente e a fixação do homem em suas terras.

O entendimento da relação do abacaxi com o artesanato no contexto local, com foco nas dimensões da sustentabilidade, tornou-se um dos itens mais importantes do estudo, a fim de propor projetos que visem melhorias no processo de produção e beneficiamento do fruto, na prestação de serviços, na identificação de matérias-primas possíveis e adequadas às embalagens, para estocagem e comercialização do produto, propondo novas oportunidades à comunidade produtora local. Dessa relação analisada e entendida buscou-se no design sistêmico, um aliado mais eficaz na administração de assuntos complexos: recursos naturais locais, eficiência energética, condições climáticas da região e mão de obra pouco especializada. Dessa forma possibilitou-se entender e propor um plano de ação capaz de buscar novos mercados, propor novos produtos acabados, a partir de novas técnicas no processamento do abacaxi “in natura”. Tudo isso a ser implementado a curto, médio e longo prazo, conforme a demanda e articulação da comunidade local. Foi possível ainda criar a identidade da produção do abacaxi, assim como, dos demais produtos produzidos pela região de Berilo. Que possibilitará simultâneo crescimento dos valores de uso e troca da marca produzida, com vista no coletivo econômico, social, político e cultural para a região. Contudo, fortalecida por um esforço social de sistematização de aumento da produtividade e melhorias na qualidade dos produtos produzidos, serão capazes de transformar o crescimento da renda familiar, vinculada ao PIB per capita, à repartição e distribuição igualitária de toda sociedade local.

2. Desenvolvimento

2.1. Revisão da Literatura

O Design Sistêmico, proposto por Bistagnino (2008, p. 4) é modelo diferente de economia que age rigorosamente em um contexto local, através de uma conexão de rede de relações para criar um sistema de recursos produtivos e obter um ciclo virtuoso no processo produtivo (agrícola e industrial) relacionando ainda o sistema natural, o contexto territorial e a comunidade que caracterizam as dimensões, sócio-culturais e ambientais.

Para Verzolli, (2010, p.14) o Design de Sistema para a Sustentabilidade “está ligado à concepção de sistemas de produtos e serviços que juntos seriam capazes de satisfazer necessidades e desejos específicos das pessoas através de uma rede inovadora de interações de atores, articulada de forma eco eficiente, socialmente justa e coesa”. O mesmo autor apresenta sua visão geral, seus principais requisitos de projeto, diretrizes e exemplos sobre a prática desse modelo de Design de Sistema Sustentável. São eles: otimizar a vida do sistema; reduzir o consumo na distribuição de transporte; reduzir o uso de recursos que utilizam de matérias-primas não sustentáveis ou retornáveis; conservar e/ou bio compatibilizar; reduzir emissões tóxicas, que conceituou o Design para o Ciclo de Vida do produto e pensamento funcional na região.

O estudo do design sistêmico sugerido por Bistagnino (2009) demonstrou, através de vários estudos de casos reais, o valor em torno do produto e do homem, sua relação benéfica no ciclo da vida desse produto dentro do âmbito econômico, social, ambiental, cultural e produtivo em cada região estudada. O autor apresenta os dados e promove soluções para os problemas dentro do estudo de casos retratados com o olhar do Design Sistêmico, sempre mantendo o foco do valor existente no ser humano e a sua relação com o produto. Dessa forma, a aplicação no contexto estudado é uma maneira de reduzir o desperdício existente tanto na indústria quanto dos produtores e na manufatura (relação da falta de escoamento dos produtores e da falta de gerenciamento do descarte dos resíduos na indústria ou na manufatura) e inverter a tendência do consumismo, desse modo, organizando a produção de alimentos em função das características do ecossistema e prezando as características da população local. Por último, o autor ressalta que o desenvolvimento industrial sempre foi baseado na exploração intensiva da matéria-prima provinda de recursos naturais e de ações violentas sobre a natureza (que compromete recursos valiosos, muitas vezes irrecuperáveis) e que, com o Design Sistêmico, o cenário muda de perspectiva: baseia-se nas formas de gestão racional no processo de produção, tratamento de resíduos, logística, resultando na racionalização do Ciclo de Vida do produto e eficiência energética. Mozota; Klöpsch e Costa (2011, p. 109) apontaram a contribuição do design na gestão estratégica dos negócios usando-o na valoração de marca e inovação.

O design é uma eficiente ferramenta de gestão para desenvolver uma cultura mais focada no cliente dentro da empresa. Em gestão, as relações entre marketing e design são mais complementares do que divergentes. Ambos trabalham para construir uma estratégia de produto que diferencie a empresa da concorrência e fortaleça sua vantagem competitiva. O designer contribui criando as diferenças que são percebidas pelo consumidor como benefícios e que tem impacto sobre seu comportamento. O estabelecimento da marca é o processo de diferenciação mais empregado. A diferenciação e o gerenciamento de marca são parte da gestão do design (Mozota *et. al.*, 2011, p. 110).

Mozota, Klöpsch e Costa (2011, p. 109) apontam a contribuição do design na gestão estratégica dos negócios usando-o na valoração de marca e inovação. O designer trabalha para identificar essas necessidades ou modificar

as percepções de valor dos consumidores, trabalhar para diminuir lacunas espaciais e perceptivas no mercado, nas operações de logística e distribuição, além de serem responsáveis pela criação e atribuição da utilidade à forma. Logo, neste contexto, sua aplicação para análise das oportunidades do território e região, auxiliou na compreensão de métodos alternativos e interligados de solução de menos gastos de comercialização, eliminação de resíduos e sobras do abacaxi na região.

Para análise do posicionamento dos negócios no mercado, utilizou-se das ferramentas estratégicas da matriz SWOT, citada por Kotler (1998). A matriz SWOT ou FOFA (Força, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças, tradução em português), é uma ferramenta de estudo dos ambientes internos e externos de uma organização, com fins de análise da competitividade no mercado alvo e de implementação no processo de planejamento estratégico organizacional. Neste contexto, sua aplicação auxiliou na compreensão das exigências do mercado, na captação, satisfação e retenção das pessoas à terra, reduzindo o êxodo rural, além de otimizar a rentabilidade dos negócios. Quando os pontos fortes de uma organização seriam alinhados aos fatores críticos que afetam o sucesso, na satisfação das oportunidades de mercado. A empresa e os negócios ficam, por certo, competitivos a longo e médio prazo. Um exemplo prático desse caso é a Natura, que se baseou na missão do bem-estar do consumidor, para isso, a empresa não focou apenas em seus produtos, mas também no meio ambiente e no social, em que se encontra: mobilizaram uma rede de pessoas capazes de integrar o conhecimento científico e o uso sustentável da rica biodiversidade botânica brasileira. Os fatores controláveis do ambiente interno (Forças e Fraquezas) devem ser cruzados com os fatores incontroláveis do ambiente externo (Oportunidades e Ameaças). Isso determina os pontos fortes e fracos de um negócio, avalia sua situação e sua posição no mercado (segmento competitivo), além de gerar estratégias de valoração e competitividade nos negócios. Um exemplo prático deste método é analisar a força de uma empresa a partir de perguntas simples como “Quais as melhores atividades que essa empresa possui?”, “Qual sua maior vantagem competitiva?” Ou, “Qual o nível de envolvimento dos clientes?”, que demonstrarão os elementos internos e externos que estão sobre o controle da empresa (por exemplo: a união da sua equipe ou a localização privilegiada do negócio); a sua fraqueza reflete nas pessoas envolvidas na empresa (empregados e clientes) e os seus produtos. Dessa forma, alguns dos exemplos de fraqueza em uma empresa são: quando a matéria-prima escassa; a tecnologia ultrapassada ou a mão-de-obra não capacitada corretamente. Ao contrário das oportunidades, as ameaças refletem as forças externas que afetam negativamente a empresa, por exemplo, a presença de novos competidores, mudança de leis ou normas regulamentadoras, escassez de mão-de-obra ou catástrofes naturais; em relação às oportunidades, deverão ser analisados os fatores externos que prevejam minimamente (através de pesquisas ou planejamento) o futuro da empresa, por exemplo, alteração nos juros e/ou tributos devido à mudança política econômica no país, ampliação do crédito do consumidor ou promoções em determinada época do ano para aumentar as vendas.

Os fatores controláveis do ambiente interno (Forças e Fraquezas) devem ser cruzados com os fatores incontroláveis do ambiente externo (Oportunidades e Ameaças). Isso determina os pontos fortes e fracos de um negócio, avalia sua situação e sua posição no mercado (segmento competitivo), além de gerar estratégias de valorização e competitividade nos negócios. Desse modo, auxiliará na compreensão das exigências do mercado, na captação, satisfação e retenção das pessoas na terra, reduzindo o êxodo rural, além de aperfeiçoar a rentabilidade dos negócios.

A partir da documentação indireta das referências bibliográficas básicas do projeto feita, percebeu-se a necessidade de criar uma identidade visual para os produtores de abacaxi da região de Berilo –comprovada durante a visita técnica na região–, a indispensabilidade de agregar uma análise do Design Thinking proposto por Ambrose e Harris (2011, p. 12) que explora o modo como o designer pode gerar e desenvolver ideias durante a produção de soluções criativas que melhor atendam aos objetivos estabelecidos no *briefing*, abordando tópicos como: *brainstorming*, prototipagem, público alvo, amostragem, *feedback*, geração e apresentação de ideias. Tópicos estes que se fazem necessários para a avaliação do contexto social, cultural e econômico a fim de se começar a pensar em modelos de identidade visual e de *briefing* da região de estudo. Por fim, ressaltou-se a importância do aprendizado durante todas as etapas do projeto, ou seja, o designer conhecer minuciosamente todos os estágios que aconteceram ao longo do processo da produção de design (obter *feedback*).

Elali e Cavalcante (2011) contribuem para a compreensão das relações de vínculo com o lugar, pessoa-ambiente. O apego ao lugar recebe especial atenção neste trabalho, conforme Elali e Cavalcante (2011), o conceito diz respeito à relação afetiva com o lugar, levado em consideração as características físico-espaciais do local e as vinculações simbólico-afetivas próprias das relações pessoa-ambiente e pessoa-território. O texto também trata das três dimensões de apego ao lugar: funcional, simbólica e relacional. Fascioni (2006) afirma que identidade é realidade; imagem é percepção. Identidade forma imagem; imagem reflete identidade. A autora foi essencial na compreensão de como identificar e avaliar a relação da identidade com a imagem da empresa e nos negócios.

Identidade corporativa é a integração de inúmeras variáveis que dão personalidade à empresa; influenciam o consumidor na escolha ou não de um relacionamento de compra; que dá padronização visual e fidelização à marca, no mercado. Todos fazem parte de um sistema de comunicação que reúne valores e atributos tangíveis e intangíveis agregados, percebido pelo público alvo como elementos de identidade da marca. Dessa forma, a aplicação de uma marca para o fruto estudado (assim como em outros produtos) refletiria o valor agregado presente no produto que é produzido, negociado e consumido por toda a região, além de facilitar a identificação do fruto da região por parte do mercado, da clientela e dos produtores.

Rubinstein e Parmelle (1992) propuseram um modelo integrativo para a compreensão do apego ao lugar composto por três itens: Identidade (quem a pessoa é no mundo),

Interdependência (modo como a pessoa se integra com o ambiente sócio-físico) e o Contingente Geográfico (espaço físico vivenciado pela pessoa, seu “mundo”). Esses itens se relacionam de tal forma que possibilita o senso de identidade coletiva.

Além disso, é importante ressaltar uma proposta de mudanças no comportamento individual e social característica do séc. XXI: a sensibilização para questões ambientais. Dadas as inúmeras dificuldades de definir o Desenvolvimento Sustentável, Zaccã (2002) propõe uma definição a partir da indicação de cinco características que podem qualificar noção ao termo: a promoção da proteção ambiental (possibilitaria uma melhor condição de vida a partir do bem-estar da comunidade da região e preservação do ecossistema); a visão mundial (investimento do exterior nos produtos da região, assim como valorizar a riqueza cultural a partir do reconhecimento patrimonial no país); a preocupação com o equilíbrio entre presente e futuro (mudar o modo de pensar, descartar os resíduos da plantação e comercializar o fruto hoje para continuar e aumentar os lucros no futuro); a busca de integração entre diferentes componentes do desenvolvimento (relação da produção e escoamento do produto); e a afirmação da novidade do projeto de desenvolvimento sustentável como uma meta (possibilitar a aplicação de um projeto visando o ecossistema e a cultura local).

2.2. Materiais e Método

A pesquisa seguiu, metodologicamente, a documentação indireta (pesquisa bibliográfica, conforme referência bibliográfica citada que foi complementada ao longo do estudo) e documentação direta com propósito de reconhecimento do contexto produtivo para qualificação dos processos e adequação dos aspectos normativos. Esta última documentação se baseou na coleta de dados por meio de: pesquisa de campo, entrevistas e questionários aplicados em um workshop com a comunidade e órgãos parceiros, na busca e análise de cenários relacionados à conjuntura; caracterização do contexto nos seus aspectos sociais, econômicos e ambientais, bem como a coleta de informações sobre as práticas de produção da região; identificação e registros fotográficos dos ambientes produtivos e suas conexões para mapeamento e análise de necessidades; identificação das potencialidades para o comércio local (por exemplo, o investimento na produção de doces, bebidas e entre outros subprodutos a partir do fruto), limitações técnicas e funcionais das lavouras temporárias (foi registrado por meio de entrevistas com os produtores, com a comunidade, associações e observações das atividades locais) além de elementos que compõem a identidade visual (utilização de cores e formas que caracterizam a população e o fruto local). Assim como interpretação e diagnóstico dos dados coletados; relato das participações no processo de discussão das conclusões do projeto; elaboração de plano de ações; e de considerações parciais.

Acerca do conceito da identidade visual criada e aplicada, a partir do *Brainstorming* com a comunidade, o formato do projeto foi estudado a fim de refletir um design versátil, adaptável e flexível ao contexto social, cultural, ambiental e econômico da comunidade, dessa forma, o

tamanho da *tag* a ser aplicada no fruto não deveria ser muito grande e deveria ter uma escolha de papel especial para impressão (reciclado).

2.3. Resultados

2.3.1. Conhecendo os Parceiros Públicos

Com o objetivo de apresentar o projeto de Berilo e angariar possíveis parceiros para que essa iniciativa obtivesse uma fonte prévia das coletas de dados de pesquisas já realizadas pelos órgãos contatados e que fosse possível determinar novas ações para serem aplicadas futuramente na região em parceria com a UEMG, foram realizadas uma série de reuniões com um plenário formado a partir de parceiros públicos (SEBRAE, EMATER, EPAMIG, associações e parceiros sociais) e pesquisadores.

2.3.1.1 SEBRAE MINAS

O órgão de Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) apresenta um amplo histórico de caráter social, além de fomentar o empreendedorismo nos pequenos negócios aliado ao desenvolvimento sustentável.

O SEBRAE junto aos produtores de abacaxi de Berilo - MG concentra-se em aplicar técnicas de gestão aplicadas às pequenas propriedades rurais, além disso, o SEBRAE atua articulando políticas de desenvolvimento regional. A principal ação para o futuro é tornar o fruto conhecido e melhorar o acesso ao mercado. As principais demandas das comunidades percebidas pelo órgão são relativas à assistência técnica para a produção e comercialização do abacaxi. Como oportunidades na região, o órgão identificou: o sabor da fruta, o fato da localidade remeter a uma cultura de valor nacional (Vale do Jequitinhonha) e o valor cultural agregado da região. Como dificuldade o órgão ressaltou a precariedade das vias de acesso, assim como o acesso ao mercado e a carência de assistência técnica especializada aos produtores familiares. Como força, o SEBRAE cita a identidade cultural e a adaptação do fruto ao clima. A partir da relação institucional já existente com a UEMG, o escritório do SEBRAE de Araçuaí se dispôs a atuar em futuras parcerias para o projeto.

Foi exposto, pelo SEBRAE, o período da safra de abacaxi e contatos com produtores de importância da região para entrevistas (como o maior produtor de abacaxi da região), produtos característicos da região (além do abacaxi), informações referentes à EMATER, dados do SEBRAE-MG sobre o município de Berilo (informações que foram compiladas pela Unidade de Inteligência do SEBRAE Minas) e as datas marcadas do planejamento e execução dos trabalhos na região.

2.3.1.2. EPAMIG

A instituição se mostrou favorável a parcerias com os pesquisadores, podendo contribuir com: análises do abacaxi, especificações do solo nas plantações e execução de cursos e eventos com o objetivo de apresentar técnicas de culturas sustentáveis aos produtores familiares. Acerca dos cursos e eventos, a instituição declarou que oferece certificados apenas se forem solicitados.

2.3.1.3. EMATER

A empresa, na região, contribui prestando assistência técnica e implementando políticas públicas no município. O especialista técnico da empresa e a coordenadora técnica regional e socióloga da empresa foram dois parceiros importantes na pesquisa, uma vez que nos apresentaram dados regionais previamente coletados e analisados nas comunidades estudadas.

São oferecidos cursos de capacitação, com o fornecimento de certificados, a exemplo de cursos com o foco no meio ambiente, cultura do abacaxi, comercialização e mercado. Também são oferecidos: visitas em campo (nomeados como “Dias de Campo”) que possibilitam excursões técnicas e participações dos produtores em eventos técnicos regionais (com emissão de certificado nos cursos onde a carga horária seja maior que 12 horas).

2.3.2 Reunião com os Parceiros Regionais Públicos e Sociais

A reunião ocorreu na Câmara Municipal de Berilo e contou com a EMATER, SEBRAE, EPAMIG, Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Berilo, Associação de Artesanato da região, Associação dos Produtores de Abacaxi e os pesquisadores do projeto, além do ex-prefeito da cidade de Berilo que marcou presença. Essa reunião também teve o objetivo de ouvir a comunidade, atender suas demandas e coletar dados técnicos e culturais dos processos de produção agrícola em geral e, mais especificamente da produção de abacaxi da comunidade de Lelivéldia, a fim de se construir um início de proposta de ação coletiva na região. Acerca da discussão com os parceiros e comunidade, distribuiu-se um questionário para coleta mais pontual de cada contribuição e recursos possíveis disponibilizados para uma possível parceria no projeto. A maior problemática abordada pelos participantes reunidos foi o gargalo que está presente na comercialização (dificuldade de venda direta do mesmo nos mercados, a exemplo das Centrais de Abastecimento de Minas Gerais - CEASA), que é prejudicado pelas condições locais, gerando muitos resíduos e desperdícios do abacaxi, além da falta de união entre os produtores da região. As condições climáticas rigorosas e a escassez de água colocam a comunidade em busca de alternativas para solucionar a problemática da região, por exemplo, com a construção de reservatórios de água e o abastecimento em carros-pipa para garantir o desenvolvimento da produção e a renda para as famílias de produção agrícola. Além disso, as condições das estradas é crítica e ela não oferece segurança em nenhuma época do ano (poeira no período de seca e lama na época das chuvas).

Os valores ressaltados na reunião, itens que se pretendem serem focados na criação da identidade visual foram: a adaptação do produto ao local; produto sem agrotóxicos; e produção localizada no Vale do Jequitinhonha por meio da agricultura familiar. Foram apontados, também, os valores característicos do homem do Vale do Jequitinhonha (apresenta questões culturais muito fortes, apesar da atual diminuição da mesma; apresenta grande carinho e acolhimento aos estrangeiros na região; percebe-se um desejo das comunidades ao retorno do boia fria, às suas origens culturais) e das questões ambientais importantes da região (escassez de água de microclima quente e

seco). Destacou-se a inclusão da cultura do abacaxi no zoneamento agrícola, possibilitando ao agricultor acessar linhas de crédito através do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF).

Em relação aos questionários respondidos pelos parceiros, comunidade e associações, ficou definido o apoio: das associações após o contato com os produtores de abacaxi na região; da EPAMIG, de disponibilizar mais cursos e eventos de divulgação para os agricultores familiares; da EMATER, de aplicar o plano de trabalho deles, já existente, atendendo a real demanda dos produtores e de ser ponte entre outros órgãos institucionais atuantes na região; assim como, de criar novas oportunidades, a partir de mercados institucionais, tais como: o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Por fim, algumas das soluções apontadas para resolver a produção excessiva de resíduo do abacaxi, na reunião focaram principalmente, em: trabalhos agroindustriais (como produção de polpa de fruta, doces, sucos e geleias), na mecanização, na melhoria das estradas e possível inclusão de alguma data comemorativa local para celebrar a safra do abacaxi. Após o fim dessa reunião, foram feitas várias visitas no comércio de Berilo, o que possibilitou o contato dos produtores artesanais e alimentícios da região. A presidente e artesã da Associação de Pequenos Artesãos de Roça Grande (APARG) apresentou o espaço onde é feito a tecelagem das peças, o tear manual com fios de algodão ocupando grande parte da loja e demonstrando que esta técnica têxtil é uma das características que identifica o trabalho do artesão, desde o século XVIII. O desenho mais característico da trama é a casinha, símbolo das construções da região. Para dar cor aos fios de algodão, usa-se casca de madeira como o angico, jenipapo e o mixiri. Seus produtos para o comércio local e feiras são: rede, colcha, capas de almofadas, caminho de mesa, tapetes e outros. As visitas às comunidades rurais englobaram diversos produtores familiares (desde pequenos, médios e grandes produtores de áreas frutíferas às variadas produções de hortaliças, apicultura e criação de animais) provenientes das comunidades locais de Berilo (Alto Bravo, Lelivéldia, Cardoso, Capão e Morrinhos). Percebeu-se que os produtores não priorizaram sua produção somente no abacaxi, recorrendo a outros tipos de pés de fruta e da agropecuária. O maior produtor de abacaxi e referência para as outras comunidades da região, localizado na comunidade de Capão, relata sua produção na última safra. Esse relato rendeu dados gerais de alguns obstáculos enfrentados pelos produtores familiares: de 80 a 100.000 unidades produzidas anualmente em sua plantação, há uma perda de 5% da produção. Perdas devido a pragas (broca, ratos e passarinhos representam 1%) ou “deficiência” do próprio fruto (os produtores se referem à aparência do abacaxi, que é torta devido ao crescimento do fruto –que segue o sentido do sol ou, relacionada à carência de micronutrientes como Boro). Relacionam-se ainda às condições precárias das estradas de terra– como consequência, perde-se a fruta com o impacto gerado pelo transporte e tombamento da carga, quando cruzam a região para realizar o comércio.

A análise geral dos dados nas entrevistas e questionários revelou que as comunidades apresentavam valores,

pontos fortes e fraquezas semelhantes, são eles: o grande problema da presença de pragas que comprometem a safra anual, ausência de chuvas e negociação com atravessadores comerciais. Percebeu-se a necessidade de ampliar mais as práticas sustentáveis na região: nas moradias dos entrevistados notou-se essa carência na infraestrutura; em parte, no cultivo das plantações há uma queima de lixo frequente e popular entre os moradores e a presença de alguns produtores que aplicam agrotóxico em suas culturas. A comunidade apresentou a percepção de que o meio ambiente em que vivem vem sofrendo alterações, citam que havia nascentes na região, mas que têm diminuído drasticamente, outra percepção relatada, o aumento de moradores com câncer.

2.3.3. Análise dos Dados Apresentados pelo SEBRAE

O gráfico do perfil demográfico da região possui uma base larga, o que significa a predominância de uma população jovem entre os 10 e os 24 anos, a população adulta moradora da região (em 2010) concentra-se mais no gênero masculino enquanto as crianças de 10 a 14 anos registram-se 0,2% a mais no gênero feminino ao se comparar com o masculino. Apesar disso, no período entre 2000 e 2010, houve uma redução considerável de pessoas nessa faixa etária. Houve também um aumento considerável da população idosa, a masculina passa de 3,7% para 6,2% e, na feminina de 6,9% para 9,5%. A diminuição da base pode significar uma melhora na renda e na escolarização, como consequência, de um melhor planejamento familiar.

Acerca da população na região ressaltou-se sua diminuição desde 1991, onde atingiu seu ápice, passando de 17.445 habitantes para 12.300, em 2010, o que demonstra uma queda considerável da população em um curto período de tempo. A maior parte dos domicílios ainda se encontra na zona rural (68% da população total), enquanto apenas 32% se encontram na zona urbana.

A população economicamente ativa (PEA) é menor do que a população não economicamente ativa (PNAE) em 2010. Dados demonstram ser 1,2% a mais que a metade da população, entre 15 a 64 anos, ainda depende financeiramente dos pais. Relacionam-se ainda que a fecundidade tenha diminuído significativamente de 1991 a 2010 (a média em 2010 foi de 1,9 filhos para cada mulher na região); que a taxa de envelhecimento, assim como a de esperança de vida tenha aumentado; que a maior parte da população adulta continua sem escolaridade adequada, nunca frequentou a escola e, aqueles que frequentaram, apenas finalizou o ensino médio ou possui superior incompleto. Dessa forma, apenas 4% possuem o ensino superior completo, sendo que, as mulheres representam 3% desse índice.

A participação regional do Jequitinhonha, Mucuri e microrregião de Araçuaí, segundo a divisão do SEBRAE Minas, no PIB do estado, o índice é baixo, não registrando nenhum aumento entre 2000 e 2011, porém, quanto o índice do PIB é entendido regionalmente, registra uma participação de 0,7% em 2000 com um crescimento de 0,1% em 2011, sendo classificado no ranking na regional em 40º lugar. Esse crescimento se deve à expansão do setor de serviços, que já era responsável por 71% do valor em 2010 e que, em 2011, chegou a 74%. Assim, houve

um aumento considerável do PIB per capita na região, de 2000 a 2011, que antes era de R\$ 1283,00 passando a ser de R\$ 5284,00.

O potencial de consumo urbano por classe de rendimento do município é bastante amplo em relação à classe B e C, porém há uma presença massiva de 11% de consumo das classes D e E. Sendo que a maior parte do consumo está voltada para a manutenção do lar e para o setor alimentício no domicílio.

Entre 2010 e 2013 a quantidade de contratações foi sempre maior do que o de demissões. Apesar disso a diferença entre o índice de admissões e demissões parece estar diminuindo e sugere, no futuro, um possível aumento das taxas de desemprego. A receita e despesa corrente das finanças municipais existente em 2002 foram, segundo o gráfico, completamente utilizadas para a proposta do governo vigente, enquanto em 2012 não foi disponibilizado nenhum gráfico.

Em relação às características empresariais, em 2012, a micro e pequenas empresas são responsáveis por apenas 11% da empregabilidade, apesar de ser o número empresarial de maior expressividade na região, enquanto as médias e grandes empresas representam 89% da empregabilidade na região.

O setor responsável pelo maior número de empregos e a maior massa salarial é o de consumo varejista de mercadorias em geral de alimentícios (supermercados e hipermercados). Em segundo lugar vem o comércio varejista de ferragens, madeira e materiais de construção. As outras oito empresas de comércio expressivas da região são: produtos alimentícios (mercearia e armazém); móveis, colchoaria e artigos de iluminação; produtos farmacêuticos para uso humano e veterinário; especialização de eletrodomésticos, equipamentos de áudio e vídeo; fabricação de produtos de panificação; combustíveis para veículos automotores; artigos do vestuário e acessórios; obras de terraplenagem.

A partir de 2011 houve um crescimento expressivo da abertura de empresas na região, sendo que em 2010 foi o pior ano para a indústria, uma vez que houve um número maior de fechamentos de empresas do que de aberturas. A quantidade de empresas existentes que se mantiveram no mercado (que variam de um a dez anos e, de dez a vinte anos de existência) se tornaram extremamente altas em comparação com aquelas recém abertas ou, existentes há mais de vinte anos (dados de 2013).

Segundo o índice de infraestrutura básica dos municípios entre 2000 e 2010, houve um aumento da área urbana em 8% na distribuição dos domicílios na região. Isso indica um alto grau de urbanização, ao se comparar com o índice regional de 5% e estadual 3%. Porém o sistema de acesso à água continua sendo, em sua maioria, proveniente de poços ou nascente próxima da localidade. No município, 60% do esgotamento sanitário se baseiam em outro tipo de escoadouro em vez de ser realizado por meio de banheiros e redes de esgoto sanitário. O destino do lixo continua sendo, em sua maioria, eliminado por meio de queimadas.

As despesas municipais por função, em 2012, não foram informadas. Porém, as despesas municipais com infraestrutura e saneamento divulgadas, no mesmo ano, demonstraram que não houve nenhum investimento em

saneamento ou, em infraestrutura urbana no município, registrando investimentos mínimos de 3,4% regionalmente e de 8,5% estadual. No que refere ao escoamento de transporte existente na região: o tráfico se limita ao uso das rodovias BR-367; MG-114 e MG-308.

O perfil social existente na região é refletido por meio do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, em 2010, de índices de classificatório de 0,628 (IDH médio) da média da longevidade de (0,816), da renda per capita de (0,580) e de educação (0,524) na localidade. Porém, ao se comparar com o IDH entre 1991 e 2000 (a taxa de crescimento foi de 46,2%) e 2000 a 2010 (a taxa de crescimento foi de 26,4%), percebe-se que houve muito pouco crescimento nos últimos anos, refletindo a falta de investimentos sociais na região.

2.3.4. Análise da Coleta de Dados do Workshop

Foram analisados 29 questionários referentes às famílias dos agricultores e parceiros presentes no workshop, separados por comunidades: 10 da região de Cardoso, 3 de Capão, 3 de Morrinhos, 8 de Alto Bravo e 5 que não constavam o nome da comunidade (Não Identificados). A dinâmica objetivou ressaltar os desejos e principais demandas da comunidade como: a necessidade de melhora na logística do comércio (melhorar as vendas e diminuir as perdas), a necessidade do entendimento da cultura e riquezas do lugar (patrimônio imaterial e material da região); a necessidade de entender que o abacaxi não é o único fruto ou expressividade da localidade (a produção de mel, de uva e do artesanato foram apresentados pela comunidade); a necessidade de valorização e visibilidade dos produtos em geral, bem como, dos seus produtores. Os pesquisadores e órgãos institucionais abordaram temas relativos à produção, com o foco na valorização do produto sustentável; da união dos produtores e melhora da gestão de beneficiamento e logística de escoamento dos produtos gerados na região.

A atividade da Chuva de Ideias (Brainstorming) visou gerar um estímulo para o conceito da identidade criada. A comunidade registrou, ao longo da dinâmica, palavras relativas a uma ideia central “comunidade produtora” e organizou ideias correlacionadas às aspirações gerais ao contexto geral da localidade. Seu objetivo foi diagnosticar: quem são as pessoas desta comunidade? O que produzem? Como produzem? Quais são seus sonhos; desejos; dificuldades da região onde vivem; Quais outras atividades são relacionadas? Foi identificado entre as famílias presentes que a questão do trabalho local e a possibilidade das famílias viverem na região com dignidade é uma aspiração de todos. Essas características resultaram na criação de uma marca para agricultura familiar e para o abacaxi na região (estas marcas reforçariam a identidade dos produtos e da associação gestora local, gerando maior visibilidade na comercialização e representatividade para os produtores).

Como conclusões do mapa mental produzido, percebeu-se que a produção local pode ser identificada bem próxima do, socialmente justa, ambientalmente correta e economicamente viável, além de ressaltar os aspectos das qualidades do fruto (ressaltando sua doçura e adaptabilidade) da união e resiliência da comunidade. Definiu-se como primeiros atores, a comunidade rural unida (como

protagonistas das ações); identificou-se ainda, nas figuras dos apoios institucionais (EMATER, EPAMIG, SEBRAE, Prefeitura, UEMG entre outros, atravessadores) os apoiadores da produção e segundo atores. Como primeiro ato, para externar ações da comunidade, foi criada uma comissão interlocutora da comunidade familiar com o projeto, sua escolha embasada no papel social dos produtores e localidade de habitação (representatividades de Cardoso, Capão, Morrinhos e Alto Bravo).

A ferramenta FOFA, com base no empreendedorismo e foco no mercado, identificou que as forças locais são a qualidade do abacaxi (adaptado ao solo diferenciado da chapada e as severas condições climáticas locais) e a percepção do coletivo (possuir raízes históricas que contribuíram para a grande tradição familiar, apontando a possibilidade de gestão compartilhada e, futuramente, geração de oportunidades de criação de produtos processados a partir do abacaxi in natura). O reconhecimento do abacaxi com a consequente melhoria da comercialização e acesso ao mercado orgânico são fatores identificados como novas oportunidades, para minimizar as perdas e otimizar a permanência das pessoas na região com qualidade de vida para as famílias locais. Essa oportunidade de produção orgânica na região se justifica pelo entendimento das ameaças que comprometem não só a comunidade, mas também a produção, a exemplo: a diminuição dos recursos hídricos, a propagação de pragas, falta de preservação ambiental local e saúde em geral da população. A maior fraqueza identificada, a venda individualizada que gera dependência ao atravessador. O desconhecimento do custo da produção e a falta de divulgação do produto prejudicam o crescimento do valor de troca, gerando valor abaixo do mercado, sendo uma ameaça aos negócios.

A dinâmica participativa da “Árvore dos Sonhos”, que consistiu em distribuir folhas com formato vegetal e canetas para cada participante escrever seus sonhos pessoais e colarem na árvore ilustrada fixada na parede, objetivava responder: “Quais são os empecilhos e dificuldades no caminho?”, “O que já conseguiu alcançar (facilidades)?” e “Prioridades e projetos futuros”. A partir da coleta de dados desta atividade, percebeu-se que muitas questões vinculadas ao reconhecimento e comercialização do fruto se relacionam com o sonho das pessoas, de permanecer na região de origem com qualidade de vida para suas famílias. Alguns apresentaram o sonho de gerar produtos na agricultura familiar sem agredir o meio ambiente, respeitando os sentimentos individuais e coletivos da região. Acerca dos resultados levantados dos outros tipos de agriculturas presentes nas comunidades, a maior ênfase deu-se na produção de mandioca, seguido de hortaliças e de outras frutas (somente uma pequena parte em Cardoso e em Alto Bravo há a produção de cana-de-açúcar). Sendo que o plantio adotado pela maioria das comunidades evidencia a utilização da técnica tradicional, ou seja, aplicação de adubo sintético. Caracterizada pelo uso do fertilizante sintético (NPK) comum na região, sem a utilização de agrotóxicos na maioria dos casos. No cenário geral, percebeu-se que há uma divisão nas técnicas adotadas pelas comunidades: utilizam da técnica tradicional ou, de base orgânica.

As outras técnicas utilizadas no cultivo resultaram em índices de: queimada em casos de mata virgem, pouca rotação de cultura e agricultura focada na técnica extensiva (técnicas tradicionais na produção, ou seja, utilização de mão de obra humana e baixa mecanização). Para determinar, mais precisamente, a média dos números das áreas de plantio de abacaxi na região, foi feito um levantamento dos questionários respondidos a fim de análise geral.

Desse modo, houve uma maior expressividade na produção de 30 a 50 mil unidades de abacaxi por safra em territórios entre 2 a 5 hectares de terra, seguido de 1 a 2 hectares e de 5 a 10 hectares de terra. Ou seja, apenas Alto Bravo apresenta um número abaixo da média de hectares de produção de abacaxi e, no cenário geral, há apenas dois produtores que possuem áreas mais extensas. O levantamento de dados da quantidade de abacaxis produzidos baseou-se no questionário dos produtores locais presentes.

A expressividade da produção do fruto regional se deu entre 30 a 50 mil unidades, seguido de 5 a 30 mil unidades. Acima de 70 mil unidades de abacaxi, apenas quatro produtores se encontraram nesse patamar, sendo a maioria, produtores de Cardoso (é a única comunidade que possui algum tipo de auxílio em relação à proximidade das feiras livres). O público alvo dos produtores familiares, aqueles que consomem o abacaxi produzido “in natura”, com base no comércio direto, entre cidades vizinhas (em feiras livres), são os maiores consumidores do produto e, se encontram dentro da região. A venda indireta, a mais expressiva, é feita normalmente por atravessadores, atingem somente os maiores produtores. O abacaxi é comercializado regionalmente e em cidades vizinhas devido a um número alto de pequenos e médios produtores cultivando o mesmo fruto, esses sem recurso e infraestrutura adequada usam de feiras livres e transportes ambulantes de pequeno porte para fazer o escoamento do fruto.

Identificou-se variados métodos de distribuição do produto na região, feitos principalmente, através do uso de transportes de intermediários (caminhão de associações, por exemplo) quando se trata de toneladas de cargas se faz através de carretas, pelos atravessadores, seguido por um menor número de pessoas que utilizam de um transporte próprio.

O índice e a causa de perdas dentro dos cultivos de abacaxi na região, geradora de insatisfação econômica e prejuízo, que giram em torno de 5% a 20% da safra anual, foi levantado a partir dos questionários. Como causa das perdas registradas percebeu-se que a falta de comercialização (por falta de escoamento) era mais evidente, em Cardoso e Alto Bravo, seguido da presença de pragas na lavoura e fatores climáticos (secas) em geral, comprometendo o lucro do abacaxi in natura.

Acerca do levantamento dos métodos que as comunidades utilizam para lidar com os resíduos gerados pela produção de abacaxi na região, percebeu-se que as maiorias das comunidades fazem o reaproveitamento dos resíduos de alguma forma, sendo mais expressivo na região de Cardoso, seguido de Capão e Morrinhos; Alto Bravo foi identificado como a comunidade que apresenta o menor índice de reaproveitamento do material gerado. Sendo que, aqueles que utilizam desse método, apresentaram

alto índice do uso de adubação natural. Foi possível, a partir da presença do gráfico de sistema de irrigação na produção, perceber que a maioria das comunidades não utiliza do sistema de irrigação. Quando se beneficiam com algum método irrigatório, ele é feito por meio do uso de mangueiras ou bombas sapo, no caso de Alto Bravo. Também, realizou-se um levantamento sobre as questões do meio ambiente: a presença, ou não, de nascentes de rios nesta região. O resultado nos apresentou dados que ressaltaram que as áreas próximas da região de Alto Bravo, Capão e Morrinhos havia mais presença de nascentes, e quanto mais próximo à área de Cardoso, a presença de nascentes ficava reduzida. As nascentes identificadas são perenes (em Alto Bravo, Morrinhos e Capão), temporárias (em Cardoso) ou secaram (Cardoso) nas últimas décadas. Ou seja, na região há a presença de muitas nascentes perenes, porém elas se encontram equiparadas ao cenário que as considera nascentes temporárias ou, secas.

Com os dados fornecidos, percebeu-se que a maioria das comunidades (Cardoso, Capão e Morrinhos) sobrevive ao ano, com cerca de 60% a 90% do lucro obtido com a venda do abacaxi, existe somente um produtor na região de Capão que vive com 100% da renda produzida do fruto. Percebeu-se um número expressivo de outros tipos de fonte de renda familiar na região, onde famílias de Cardoso atuam na colheita de café, em São Paulo e sudeste de Minas, seguido da renda da apicultura e agropecuária, em Alto Bravo e Cardoso. Em Morrinhos, percebeu-se que os produtores vivem mais do funcionalismo público (salário das estatais).

A coleta de dados quantitativos identificados acerca da produção de subprodutos do abacaxi (por exemplo: doces, mudas, sucos etc.) demonstrou que a região não apresenta nenhuma expressividade, além das vendas do fruto in natura.

Os dados acerca da produção de mudas de abacaxi na agricultura familiar ressaltaram que há um número maior de produtores que obtêm lucro com mudas do próprio plantio. Esses dados demonstraram auto reprodução local, dos ciclos de cultivo e comércio da região (planta-se, cria-se mudas e planta-se novamente sem interferência ou influência de mudas de outras localidades) dando à região uma característica produtiva socialmente e ambientalmente responsável. Os dados dos órgãos ou instituições públicas privadas que contribuem para a realização do ciclo de plantio, transporte, venda e beneficiamento demonstraram que muitos dos produtores já possuem algum tipo de contribuição de órgãos ou instituições (por exemplo, com cursos de adubação do EMATER ou, do transporte do fruto para o comércio). Cardoso apresenta um número expressivo da assistência do SEBRAE (que objetiva o ensinamento de gestão logística nos negócios de microempresários), seguido do EMATER (auxílio com cursos técnicos) e da Prefeitura (mecanização para a colheita e transporte do abacaxi de acordo com as necessidades apresentadas pelas associações).

Por fim, foram identificadas algumas propostas de ações para as comunidades, por meio de sugestões escritas, as quais poderiam tornar a produção mais eficiente. No cenário geral os mais abordados: o desejo de investimento em infraestrutura no plantio (mecanização); seguido da

valorização do abacaxi; de terem mais cursos com o foco na orientação técnica para solução dos resíduos, aliados ao meio ambiente.

2.3.5. Contribuições do Design no Fortalecimento da Identidade Corporativa

Com base no perfil da comunidade levantado, foi definido que o morador do vale apresenta características específicas que auxiliaram nas ações realizadas no desenvolvimento do projeto, são elas: criativo; persistente; acolhedor; amoroso; trabalhador; valoriza a família, suas origens e sua tradição; anseia pela união dos vizinhos e outros produtores regionais. Além disso, suas peculiaridades culturais e ambientais refletiram no modo de viver e de conduzir o trabalho aqui apresentado, de forma que satisfizesse as necessidades e expectativas dessa população. As características culturais são: cultura muito forte de origem quilombola, com a presença de poucos grupos que ainda propagam esse modo simples de viver, mesmo com a perda da parcial da identidade, ainda há o desejo de retorno às origens; reflexo do vale na riqueza do acolhimento na população, nos produtos comercializados; na religiosidade e festividades locais. Nas questões ambientais refletem o microclima local de muito sol (seca com chuvas esporádicas de acordo com a época) e na dificuldade de recursos hídricos (que, por um lado, é a característica forte do abacaxi nas plantações). Os valores sociais e éticos identificados na comunidade auxiliaram os pesquisadores a moldar ações pensadas para a região, a médio e longo prazo. Esses mesmos valores refletiram características do povo e da própria agricultura familiar do abacaxi impondo-lhes e um forte valor, resiliente, no que tange ao desejo de minimizar o êxodo rural anual, temporário na entressafra; na adaptação do fruto ao clima local, sua resistência às intempéries e à falta de irrigação que aumentam consideravelmente, seu teor de doçura. A reunião foi outra característica a ser levada em conta, quando, relacionou-se o desejo de diálogo e aproximação do povo da região e os frutos do abacaxi. No caso do abacaxi, a união das várias partes do fruto que vão compor o todo, relacionados ao desejo de preservação da união entre as comunidades locais. Foi com esse intuito que surgiu o conceito que originou os logos criados - tanto da população quanto do abacaxi. Enquanto o valor ético aqui abordado se deu a partir da importância e entendimento dos produtores pela opção de prezar por cultivar frutos naturais sem agrotóxicos.

Do que foi exposto na coleta de dados, questionários e entrevistas, foi possível fazer uma análise do mercado atual da produção de abacaxi em Berilo determinando quantitativamente, os valores das perdas (variação de 5% a 20%), das vendas diretas (10%), dos produtos comercializados na feira livre da região (20%) e o quanto é disponibilizado para os atravessadores e CEASA (50%). A partir de dados levantados que registrou os sonhos dessa comunidade, o mais expressivo –não migrar– foi possível perceber a extrema fragilidade dessa economia que não se sustentada. Portanto, se faz necessária uma ação do design para região, que seja capaz de: minimizar as perdas; melhorar as condições de comercialização dando visibilidade ao fruto e região; e por fim, criar um novo

mercado seletto destinado a atender aos produtos naturais e orgânicos, hoje uma tenência crescente, que respeite o ecossistema, a saúde do produtor e consumidores.

Ao se estudar no contexto local a produção do abacaxi foi possível entender a importância da aplicação das metodologias do Design Sistemico (economia - comércio e logística do fruto e produtos regionais - dimensões socioculturais e ambientais) do Design Integrado (análise das oportunidades do território e região) e do Design Estratégico (no estudo da forma de comercialização e produção) para solucionar as demandas levantadas pela região. A partir da identificação das complexidades apontadas pelos agricultores da região entendeu-se que seria estratégico utilizar a interdisciplinariedade das áreas do design de produto, do gráfico e de ambientes, definindo algumas das possíveis funções que cada área poderia realizar de acordo com a base técnica do conhecimento presente de cada uma.

Dessa forma, o Design de Produto ficou incumbido de pesquisar, abordar e pensar em possibilidades para embalagens (Como seria feito transporte do produto? E o armazenamento? Qual a normatização necessária?) equipamentos para o beneficiamento do fruto (Qual tipo de processamento a ser utilizado que se encaixe nas necessidades sociais, econômicas e ambientais locais da região?) O Design de Ambientes ficou incumbido de pensar na gestão logística e ambiental (ambiente macro e ambientes colaborativos) local. A gestão logística abordaria a organização produtiva (econômica) e social, a fim de se determinar métodos de capacitação (Como capacitar um gestor? Quem deverá ser o gestor capacitado que será multiplicador na região?) e da gestão do espaço de produção (como tornar o ambiente mais funcional, equitativo e produtivo). Para o ambiente macro, o designer estudaria a aplicação de diretrizes, normatização, análise do espaço existente (Como o espaço poderia ser utilizado de acordo com os parâmetros do conforto ambiental e necessidades demandadas? Como ocorrerá o processamento, função e uso desse espaço?) análise da ampliação ou criação de um novo espaço anexo onde processamento, armazenamento com câmara fria e escoamento cumprissem as normas e demandas exigidas. Decidiu-se que a utilização de um espaço já construído –a exemplo da Casa do Mel e da Casa de Farinha– poderia ser otimizado repensando o ambiente para se cumprisse as normas e atendessem a sociedade local, economicamente, ambientalmente e culturalmente. Além disso, enfatizou-se a criação de um ambiente colaborativo a fim de possibilitar uma melhor participação social (por meio de associações, sindicatos, parceiros públicos e sociais etc.) que agregasse valor de pertencimento à comunidade e fosse utilizado para socialização (abrigo festas e festivais locais e tomadas de decisões conjuntas). Outra possibilidade a ser desenvolvida pela expertise do design de ambiente seria inventariar os bens materiais e imateriais passíveis de patrimônio, criar circuitos turísticos que incluam tais bens e melhore a performance econômica da região.

A área do Design Gráfico ficou incumbida de criar uma identidade visual que satisfizesse dois públicos alvos: a associação representativa da região (comunidade dos moradores locais entre outros, produtos em geral

produzidos na região) e os produtores familiares de abacaxi (assim como, o novo mercado projetado e seus consumidores). Para a propagação dessas identidades, foi sugerido e exemplificado, por meio de uma *tag*, como ficaria a aplicação das marcas criadas. Além disso, foi pesquisado formas de marketing (divulgação a partir de site, *tag* em papel reciclado, identidade visual, entre outros). Outros campos de ação a partir da área do gráfico: a criação de um selo (que visasse um produto agroecológico e a agricultura familiar); pesquisa de embalagem (Como transportar o produto para minimizar perdas)? Como será feito o armazenamento dessa embalagem? Como e onde seria aplicada a identidade visual criada? E quanto aos produtos oriundos do beneficiamento: doces, geleias, sucos e poupas?

Seguindo a demanda da comunidade local, criou-se a identidade visual para o fruto e para produção artesanal e familiar do Vale do Jequitinhonha, na região de Berilo. Para a criação da marca, foi definido um mapa mental (utilizando-se da ferramenta do *brainstorming* do Design Thinking) para se determinar o conceito e palavras-chaves específicas acerca do tema (tanto para a identidade visual da associação que vai gerir todos os produtos regionais, quanto para o fruto natural do abacaxi).

Conforme palavras-chaves identificadas no mapa mental criado conjuntamente com a comunidade, foi criada a identidade visual que reflete os moradores locais e a agricultura familiar dos produtores de abacaxi: nela estampa-se a casa simples dos agricultores, assim como, as eiras das suas culturas agrícolas (na cor de terracota característica na região). Além disso, foi preciso retratar o aconchego social e a região ensolarada, simbolizados por meio de cor (alaranjada, refletindo o sol) e a semicircunferência (que está aberta, para comunidade, simbolizando as novas parcerias e possibilidades de atuações futuras na região). A escolha do nome refletiu a necessidade de transmissão da ideia de ecologia (assim como a escolha da cor verde) e a extensão do vale da região pesquisada. O papel utilizado foi o papel reciclado com 120g.

Para a produção da identidade visual do abacaxi seguiu-se outras palavras-chaves identificadas no mapa mental criado, também conjuntamente, com a comunidade. Nesse caso a identidade visual refletirá o desejo de união da comunidade, assim como, se apresentam os gomos no abacaxi, que se unem para formar a unidade do fruto. Além disso, foi preciso retratar a doçura e a tropicalidade presentes na região, simbolizados por meio de cor (amarelo e laranja, refletindo a cor do abacaxi maduro e doce). A escolha da “coroação” do abacaxi por meio da união de várias coroas pequenas de abacaxis (que permanece aberta, à comunidade, simbolizando o mesmo significado enfatizado na marca anterior da associação e colocando o abacaxi em uma posição de liderança e destaque). A escolha do nome refletiu a necessidade de se passar a ideia do fruto ser característico da região de Berilo; de transmitir a importância da ecologia (daí a cor verde) e, para este logo acrescido do slogan, “produto natural” seria utilizado apenas por aqueles produtores que não utilizam de agrotóxicos em sua produção. Agregando qualidade e procedência ao fruto. O papel utilizado foi o papel reciclado com 120g.

2.3.6. Oportunidades de Inovação Identificadas a partir das Ações do Design

Considerando-se a problemática abordada, pensou-se como ações do design solucionar quatro problemas vitais na comunidade que afetam continuamente a economia, a sociedade e o ambiente local. Além disso, foram identificados prazos ideais para implementação, das soluções mais viáveis aos mesmos. Dessa forma, foi construído coletivamente, com a comunidade, um plano de ação que possibilitasse a criação, manejo e articulação organizada dessa associação local. O objetivo era fortalecer as associações existentes com base na união (de produtores em geral e artesãos regionais) a fim de criar uma representação das comunidades regionais. Um grupo coeso, atuante e representativo, que pudesse amparar capacitações técnicas e comercialização dos produtos e subprodutos no novo mercado, fortalecendo aspectos comerciais, ambientais, sociais e patrimoniais da região de Berilo. Para tanto foram definidas duas prioridades a serem aplicadas em um curto prazo, são elas: identificar os gestores, componentes desse grupo e parceiros públicos privados e sociais. Como exercício desse planejamento foi sugerido à comunidade a organização de um festival anual para festejar a safra do fruto. O grupo seria escolhido em assembleia pela comunidade e seria responsável pelo planejamento da festa em comemoração a colheita do abacaxi e lançamento das novas identidades criadas. Respectivamente, para que a primeira prioridade ocorresse, foi definido que o procedimento a ser seguido deveria se basear em uma comissão inicial para convocações e gerar regras para assembleias da eleição do corpo gestor. De forma a reforçar o diálogo com toda comunidade produtora da região, gerando benefícios para todos e, refletindo fielmente a união da população local que a identidade visual sugeriu refletir. Foi definido que o responsável por essa ação seria a comissão criada, formada por moradores produtores artesanais, agricultores e membros de associações representantes identificados da região. Essa comissão estaria incumbida de escutar os anseios da população; saber dialogar; manter uma relação de união e tentar gerir, da melhor forma, os problemas locais a fim de possibilitar uma melhor representatividade, entre os produtores, artesãos e associações da região pesquisada. Para isso foi necessário determinar o local dessas assembleias, onde deveria ser articulado: investimentos entre os associados; a gestão de parcerias entre os três setores envolvidos (públicos, privados e sociais). O prazo para que as ações ocorressem foi determinado no dia da segunda reunião geral com a comunidade, que fosse tudo resolvido, em curto prazo, possibilitando ainda agregarem novos membros parceiros. Para que a segunda prioridade ocorresse, isto é, o planejamento da festa em comemoração a colheita do abacaxi e lançamento das novas identidades, foi definido que o evento deveria ser planejado e executado pela própria comunidade unida por meio de encontros, nos finais de semana. Os objetivos dessas reuniões seriam: definição e organização do Festival do Abacaxi e, o fortalecimento do diálogo, primeiro passo na representatividade nas assembleias local, assegurando uma interação, união das pessoas e valorização dos produtos locais. Pontos negativos identificados das reuniões: a dificuldade de adesão e conscientização da maioria da população

acerca da produção natural e da entrada dos produtos no novo mercado, sem que houvesse uma adaptação em médio e longo prazo. Para isso, alguns responsáveis técnicos por meio de uma comissão dos associados e parceiros públicos gestores (EMATER, Prefeitura, SEBRAE, CAV, EPAMIG) se disponibilizaram a participar do projeto assegurando, capacitação e conscientização, em médio prazo, da importância desse novo mercado para a região. Foi definido também, que a localidade do evento deveria ser na comunidade de Alto Bravo, um ponto bem localizado de fácil acesso para participantes das demais comunidades da região. Para lidar com investimentos do evento, a comunidade recorreu aos parceiros: prefeitura, membros da própria comunidade e instituições parceiras (como a rádio local e blog na internet) a fim de divulgar do evento, exposição de produtos e comidas típicas regionais, entre outros. Definiu-se, conforme a planilha do Plano de Ação I, sugestões estratégicas de curto prazo, para a comunidade organizar, tais como: o evento deveria conter grupos musicais locais; comercializar e divulgar produtos da região; definir com mais exatidão locais para reuniões da assembleia e local e data do evento.

As ações de curto e médio prazo na região (conforme definição da planilha do Plano de Ação II) englobam a esfera de capacitação, acerca dos temas: marketing, logística, comércio e artesanato. Definiu-se que a comissão seria atuante e representativa dando suporte às capacitações técnicas e amparando a comercialização dos produtos e subprodutos, fortalecendo aspectos comerciais, ambientais, sociais e patrimoniais da região de Berilo. Assim como fortalecer as associações já existentes, com base na união, articulação dos grupos parceiros, promover capacitação dos produtores e artesãos, manutenção e ampliação da comercialização dos produtos da região e seus derivados com base no marketing e logística regional. Para que as ações se cumprissem no prazo estipulado, a comissão determinaria junto aos parceiros quais demandas seriam implementadas de imediato (quais cursos de capacitação ou, palestras seriam priorizados). Esses cursos de gestão, logística e marketing, abertos ao público, agiriam como meio da articulação entre os parceiros público-privados e sociais (composto pelos 1º, 2º e 3º setores) além de promover a criação de assembleias democráticas na votação da composição do corpo gestor, entre, a comunidade produtora agrícola, artesanal e Conselho Municipal.

A necessidade desse plano de ação se deve a carência de informação e capacitação da comunidade em relação aos temas abordados. A partir da aplicação do Plano II, espera-se a possibilidade de um amplo suporte à comunidade produtora no que se referem às parcerias, fortalecimento da produção, escoamento das mercadorias regionais e comercialização, beneficiando as condições socioeconômicas regionais. Porém, para que o plano apresente sucesso, será necessário que se solucione primeiro os pontos negativos identificados junto à comunidade, por ocasião das atividades coletivas do Workshop: ausência de planejamento das oportunidades, no que tange ao remanejamento de tempo e mão de obra disponível no período da safra, para dedicarem-se às outras tarefas na entressafra; falta de conhecimento e motivação pessoal para envolverem-se com o assunto sobre gestão das políticas públicas sociais. Com a solução dos problemas

citados acima, os próximos passos exigirão a organização das comunidades, em curto e médio prazo, quanto à gestão de parcerias entre os setores e comunidade. Como sugestões estratégicas, as parcerias deveriam ser abordadas de acordo com a capacitação necessárias oferecidas pelos órgãos (a exemplos: SENAR, SEBRAE, EPAMIG, EMATER, Prefeitura, ONG's e associações existentes da região) além da criação de uma ou mais cooperativas, a fim de solucionar problemas ligados à gestão, logística e comercialização; pesquisar e dialogar na busca de novos parceiros das ciências e tecnologias (a exemplo: universidades, empresas, incentivos fiscais, e investimentos governamentais).

As ações de médio prazo e longo prazo (conforme o Plano de Ação III desenvolvido nesse trabalho) englobam a esfera de gestão logística e processamento para a região. Pensou-se em ações que resolveriam o desenvolvimento: do espaço da criação do processamento e beneficiamento do fruto e o armazenamento dos estoques; da gestão dos resíduos gerados, na busca novos métodos de escoamento comercial para os produtos e/ou subprodutos da região. A mais expressiva entre as etapas apresentadas nesse plano seria investir no cultivo e processamento de produtos 100% orgânicos (sem usos de agrotóxicos) assim como, na busca de selos comprobatórios dessa prática produtiva e certificados assegurando a qualidade e garantias exigidas pelo novo mercado proposto.

Com isso, espera-se haja um suporte à comunidade produtora e artesãos, no fortalecimento da comercialização e escoamento das mercadorias regionais, beneficiando as condições socioeconômicas, proporcionando uma nova perspectiva de melhoria para os produtos da região do Vale do Jequitinhonha. Para que essas ações alcancem sucesso, serão necessários que demandas identificadas e apontadas pelas comunidades, tais como: problemas ambientais, capacitação de mão-de-obra, espaço físico do ambiente construído, gestão de resíduos, aprimoramento do uso do material empregado na produção local, diferentes meios de processos e aplicações sejam pesquisados e abordados, em assembleias participativas democráticas com parceiros envolvidos (primeiro, segundo e terceiro setores) para serem votadas e implementadas no prazo previsto. Para tais iniciativas, no que diz respeito à logística; ao processamento; ao maquinário e equipamentos da produção artesanal de doces e derivados do abacaxi; do uso alternativo das fibras das folhas do fruto empregadas em tecelagem, entre outros; das embalagens com identidade visual demandariam de estudos do espaço, a fim de abrigar tais atividades, conforme demanda do novo mercado ou, do consumidor a ser conquistado. Por fim, faz-se necessário identificar o gestor, a associação ou, a criação de uma cooperativa responsável pela apresentação, qualidade e quantidade dos produtos produzidos e comercializados na região.

A falta de articulação e diálogo entre as associações e parceiros envolvidos no projeto; a falta de motivação e perspectivas na continuidade de projetos já conquistados anteriormente, concomitantes com outras ações na região; assim como, a não utilização dos recursos energéticos naturais seriam um obstáculo para proposta vigente. Resolvido os problemas acima identificados, buscam-se os parceiros responsáveis por cederem o terreno e

local, onde se implantaria a planta logística; a análise ambiental do entorno e o investimento a ser aplicado nesse empreendimento. De forma que, sejam observados os prazos determinados no plano em questão, conforme condições da comunidade e parceiros.

Acerca do plano de ação para gestão patrimonial material e imaterial regional (conforme planilha, Plano de Ação IV) definiu-se que essa ação seria mais abrangente, dessa forma, atendendo não só a região de Berilo, mas, todo Vale do Jequitinhonha.

Por meio do inventário, do patrimônio cultural, em potencial ou tombado na região; de cursos de gestão e marketing; de investimentos em turismo sensorial abertos ao público; da boa articulação entre os parceiros público-privados e parceiros sociais (1º, 2º e 3º setores) a iniciativa possibilitará, a médio e longo prazo, o aumento do PIB per capita e consequentemente, elevar o IDH da região e propagando a sustentabilidade em todas as suas dimensões.

O sucesso desse empreendimento possibilita um suporte às comunidades produtoras no fortalecimento da comercialização e escoamento das mercadorias regionais, beneficiando as condições socioeconômicas regionais. Essas ações se fazem necessárias devido à deficiência na exploração dos valores socioculturais do patrimônio material e imaterial local; da ausência de capacitação e participação da comunidade na gestão de políticas públicas eficientes, com base na união e reivindicações das ações demandadas por elas, nas decisões municipais. Além da carência de informação e capacitação da comunidade, em relação aos temas e principalmente, na ausência das representatividades da comunidade organizada, por meio de associações, no Conselho Municipal.

Como metodologia, sugerida ao plano IV, definiu-se que deveria manter uma representação das associações ou, cooperativas regionais, como membros do Conselho Municipal, a fim de determinar quais demandas a serem implementadas de imediato (demandas do inventário levantado), além de convocação de assembleias para definir quais as pessoas se interessam em cada assunto, assim como na identificação dos parceiros que possam auxiliar nessa capacitação para formação de representações em conselhos municipais. Em longo prazo, espera-se que o patrimonialismo, assim como o festival do abacaxi, seja um atrativo de grande interesse de turistas, empresários e dentro da comunidade local, de forma a possibilitar o turismo que reflita a qualidade de vida, diversão e lazer que a sociedade regional poderá fornecer futuramente, assim como o turismo de experiência cultural, histórico, estético e de vivência. O responsável, assim como o local e investimento deverá ser identificado a partir de pessoas ou grupos capacitados dentro da comunidade para realizarem tais funções e de acordo com os valores identificados no inventariado. O prazo para realização dessa ação será de longo prazo, a ser definido entre a comunidade e parceiros. Porém, a ausência de planejamento das oportunidades (remanejamento de tempo e de mão de obra disponível) no período da safra para poderem dedicar com outras tarefas na entressafra, a falta de motivação pessoal, de união (nas demandas e decisões comuns da região em relação aos valores patrimoniais), gestão das políticas públicas sociais para se envolver

com o assunto e carência de informação e capacitação da comunidade em relação à políticas públicas e valores patrimoniais se mostraram fortes pontos negativos identificados localmente.

Como sugestão estratégica de parcerias para a capacitação necessária nas áreas abordadas, foram definidas: IPHAN, IEPHA, Conselho Patrimonial Municipal, SENAR, SEBRAE, EPAMIG e EMATER (gestão ambiental), Universidades (Arquitetura, História e Turismo), Prefeitura, ONG's e associações existentes da região (quilombola, produtos regionais e derivados, entre outras existentes ou a serem identificadas).

3. Considerações finais

Como resultados finais do projeto proposto, apresentou-se um diagnóstico das atuais condições da região de Berilo, no Vale do Jequitinhonha, seguidos das identidades desenvolvidas para os produtos produzidos na região, assim como, para o abacaxi – carro chefe da produção familiar, produto natural de características peculiares do vale. Com o apoio e participação dos produtores locais, também, traçou-se os planos de ação para a região, os quais foram implementados em prazos diferentes, conforme necessidades, capacidades e vontade da comunidade, com participação e ajuda efetiva de todos os colaboradores parceiros, em potencial, da região. Essas ações, assim como a realização, só foram possíveis a partir do empenho e união de todos num mesmo esforço e objetivo. Para tanto, é necessário a prática de uma governança coesa, focada no bem comum do vale e, no modelo de gestão participativa democrática, de parcerias público-privadas e sociais propostas a seguir.

A partir do exposto, assim como a realização da última reunião entre os gestores do projeto e a comunidade, ficou acordado que a meta principal e primária alcançada, na comunidade, foi a negociação entre as diversas associações já existentes na região de forma a se determinar uma comissão democrática que representasse as aspirações e demandas, capaz de gerir em nome de todas conjuntamente. O seu propósito deve ser o de administrar e executar três propostas sugeridas: negociação para a realização da festa anual do abacaxi com o intuito de fortalecer a união entre as associações e comunidades; articular parcerias (público-privadas e sociais) capazes de angariar fundos, empreender cursos e capacitação, divulgar os produtos e subprodutos locais, fortalecimento cultural por meio da divulgação, vivência e expansão cultural regional; além de determinar, no mínimo, 20% da área cultivada do fruto a ser destinada para produção sem agrotóxicos (orgânica). Acerca da proposta primária acima relatada, observou-se que houve um movimento por meio da comunidade na criação de uma comissão para a organização do evento que se concretizou por meio de assembleias democráticas, divulgadas por meio de um grupo em um aplicativo popular a fim de se determinar, distribuir e divulgar as tarefas a serem cumpridas para a realização da festa.

Porém percebeu-se que ainda não se concretizaram as articulações de uma forma eficiente e necessária para as novas parcerias público-privadas e sociais, mas houve o

auxílio entre comunidades da região (o que foi um ponto positivo, uma vez que reforça a ideia de união entre regiões e moradores locais). Como sugestão estratégica, a parceria deverá auxiliar a comunidade nas soluções de diálogos e negociações entre os parceiros, comunidade e associações representativas da comunidade local com os propósitos comuns gerando em torno de argumentações como: melhoria econômica dos produtores, aprimoramento e qualidade da produção e melhores diálogos entre as partes (produtores e parceiros colaboradores) a fim de satisfazer as expectativas e as expertises (capacidades) possibilitadas de cada colaborador. Parcerias do primeiro (público), segundo (empresarial) e terceiro (social, a exemplo de ONG's e associações) setor seriam extremamente bem vindas e necessárias durante o processo. Sobre o planejamento e realização da festa, perceberam-se vários pontos positivos e negativos durante o processo. Os pontos positivos refletem na união comunitária que resultou em campanhas de divulgação e organização da festa do abacaxi (equipamento de som; contato com musicistas regionais; produção e comercialização do fruto in natura e seus subprodutos - doce, suco, torta, geladinho cremoso e bolo de Abacaxi; degustação e distribuição em pequenas quantidades de frutas tropicais orgânicas cultivadas pelos produtores da região - uva e melancia). Com relação ao marketing, houve divulgação do evento nas rádios locais, em um blog de um repórter local bastante acessado na região do Vale, produção de *flyer* digital do evento e produção de camisetas para os participantes interessados na festa. Os pontos negativos refletem a inexperiência relacionada à gestão do evento, principalmente em relação à falta de prazo para execução de propostas definidas anteriormente com os parceiros (cursos e palestras concomitantes com a festa, que identificaria efetivamente a capacitação dos associados e produtores nessa etapa), além da ineficiência na solução e negociação nas parcerias para solucionar problemas relacionados aos custos e infraestrutura do evento.

Como sugestão estratégica para articulação de uma efetiva parceria é necessária que os parceiros responsáveis entendam que seu papel deve ser agregador, não dispersador. Suas propostas e ações dentro da comunidade devem respeitar democraticamente o desejo e a capacidade gestora local, além de refletir a cultura regional da mesma. Caso a capacidade gestora da comunidade não esteja ao alcance das expectativas, deve-se investir em cursos e capacitações sobre temas que sejam de seus interesses comuns, multiplicando gestores a fim de articular diálogos. Essas articulações, incluindo políticas público-privadas e sociais, devem ser firmadas por meio de contratos assinados por ambas as partes, a fim de se evitar a desvirtualização do caráter –moral e ético– das negociações. Logo, estes contratos necessários, selam e refletem a gestão da política democrática contemporânea. Essas conquistas alcançadas só foram possíveis por meio de negociações entre interesses comuns dos diversos parceiros (órgãos público-privados e sociais), tal como: melhoria socioeconômica (IDH e PIB per capita) e ambiental da região. Essas ações não devem ser exercitadas como uma ação altruísta, isto é, desde que haja envolvimento e preocupação real com os problemas a serem solucionados sem esperar nenhum retorno em troca. Dessa forma, incentiva-

-se que o papel das parcerias contemporâneas englobe e proporcione oportunidades de diálogos e negociações entre parceiros de diferentes expertises que possibilite uma interface entre os envolvidos nos projetos sociais, econômicos e ambientais existentes ou demandados pela região, resultando em uma maior eficiência de suas ações. Acerca da utilização dos benefícios conquistados pela comunidade, é importante frisar que haja uma melhor gestão dos recursos já adquiridos e implementados localmente. Os parceiros, assim como as associações, devem encontrar meios de empregar uma melhor utilização para: os equipamentos e espaços físicos subutilizados; capacitação adquirida e não aplicada; conquistas alcançadas na região. Tais recursos mal empregados e administrados são passíveis de prejuízo diretamente no recurso econômico para comunidade e nas futuras negociações entre parcerias públicas, privadas e sociais. Diante do exposto, indagou-se se a comissão formada para representar todas as associações locais conseguiu retratar as aspirações da região como um todo: “Houve um diálogo entre as associações representativas locais e a comissão designada a auxiliar na execução e gestão do plano de ação?”. Após responder essas questões, deve-se fazer uma avaliação crítica da gestão da comissão criada a fim de afinar e ajustar suas ações com as demandas e desejos de união entre as partes, isto é, associações e parceiros na implementação dos planos de ação traçados nesse empreendimento.

Seu patrimônio histórico é um potencial turístico que poderá ser preservado e mais explorado com ações estratégicas do design.

4. Conclusão

A contribuição do design na ampliação de oportunidades, inovações da produção, processamento e comercialização do abacaxi para a região de Berilo, no nordeste de Minas, foi importante e necessária. A ampliação de oportunidades se deu por meio de sugestões do Design Thinking e Design Sistemico na gestão estratégica e articulação da organização da festa. Além do diagnóstico e criação do plano de ação do design na região que foi aplicado e pretende-se ter continuidade de implementação de médio em longo prazo localmente.

A inovação da produção ocorreu, com base no diagnóstico quantitativo das perdas regionais do fruto, por meio de sugestão do novo mercado de produção orgânica familiar, citado no plano de ação de médio à longo prazo com o auxílio dos parceiros - tais como CAV (Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica), EMATER, EPAMIG, SENAR, SEBRAE, professores, universidades, entre outros - a fim de otimizar a comercialização e divulgação da identidade visual criada dos produtores da região de Berilo. Acerca das inovações do processamento, foi sugerido, no plano de ação, ações de médio prazo a serem implementadas por meio de futuros projetos dos espaços construídos (edificações e infraestrutura com base na sustentabilidade) que possam atender o processamento de novos produtos derivados da região com vista à criação de uma cooperativa a fim de solucionar a comercialização (marketing, logística comercial, divulgação de eventos e feiras,

assim como captação de novos fornecedores e clientes) e a logística local. A festa organizada pela comunidade foi um exercício para que houvesse um maior entrosamento e diálogo entre as associações, como um todo existente na região. Diante de tais esforços, afirmou-se que houve um diálogo entre as comunidades, produtores e parceiros envolvidos no evento.

A partir do exposto, conclui-se que a hipótese foi confirmada. Pode-se sugerir como ação futura, de médio à longo prazo, a criação e implementação de uma cooperativa a fim de representar todas as associações e comunidades locais da região de Berilo, desde que haja associações bem organizadas e articuladas. Essa cooperativa deverá ser responsável pela gestão do marketing, comercialização e logística (cursos de capacitação, estocagem, armazenamento, conservação e escoamento da mercadoria).

Os planos de ação desenvolvidos nesse projeto para esta comunidade tem como resultado fornecido a sua implementação de médio à longo prazo, que deverá acontecer a partir das demandas locais por meio de governança contemporânea de parcerias pública-privadas e sociais articuladas, relatadas nas considerações finais deste relatório.

Com base na pergunta das considerações finais, acerca do diálogo entre as associações locais, gestão do plano de ação e comissão, pode-se corroborar que a comissão designada a auxiliar na execução e gestão do plano de ação manteve um diálogo entre as associações representativas locais. Porém houveram arestas a serem aparadas acerca da festa (vide as considerações finais deste relatório), para que haja esse ajuste, as futuras ações deverão se embasar no diálogo entre as parcerias concomitantemente com a comunidade nos próximos eventos.

Referências

- Ambrose, G. & Harris, P. (2011). *Design Thinking*. Porto Alegre: Bookman.
- Artsol: *Artesanato Solidário*. TECELAGEM-2000 e 2002-2003 (2 intervenções). Disponível em: <<http://artisol.org.br/projetos/berilomg/>>. Acessado em: 27/09/2015.
- Bistagnino, L. (2008). *Design sistemico. Pregetalle là sustentabilità produttiva e ambientale*. Torino: SlowFood Editore.
- Elali, G. A. & Medeiros, S. T. F. de. (2011). Apego ao lugar (vínculo com o lugar - place attachment). In: Cavalcante, Sylvia; Elali, Gleice A. (Orgs.) *Temas básicos em psicologia ambiental*. Petrópolis: Vozes.
- Emater. *A Emater*. Disponível em: <http://www.emater.mg.gov.br/portal.cgi?flagweb=novosite_pagina_interna&id=3>. Acessado em 15 mai. 2015
- Epamig. *A empresa*. Disponível em:<<http://www.epamig.br/historia/>>. Acessado em: 27 ago. 2015
- Fascioni, L. *Você sabe o que é gestão do design?* Berlim, 2007. Disponível em: <<http://www.ligiafascioni.com.br/2007/12/voce-sabe-o-que-e-gestao-do-design/>>. Acessado em: 17 mai. 2015.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). *Cidades*, 2014. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=310650&search=|infogr%E1ficos-hist%F3rico>>. Acessado em: 01/10/2015.
- Kotler, P. (1998). *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 5ed. São Paulo: Atlas.

Mozota, B. B. de; Klöpsch, C. & Costa, F. C. X. da. (2011). O valor do Design. In: *Gestão do Design: usando o Design para construir valor de marca e inovação*. Porto Alegre: Bookman.

Sebrae. *Informações sobre o SEBRAE*. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em: 12 de agosto de 2016.

Vezzoli, C. (2002). *Desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais*. São Paulo: Edusp.

Resumen: Berilo se situa en el valle del Jequitinhonha - Minas Gerais. Sus habitantes tienen como alternativa de trabajo a la agricultura familiar como principal fuente de ingresos. Objetivo del proyecto: diagnosticar el potencial de la región, considerando el diseño como medios de oportunidades e innovaciones de la producción, procesamiento y comercialización de las producciones, en la región. Su importancia está en el reconocimiento de las riquezas naturales, su historia y diversidad cultural, su potencial patrimonial-turístico y producciones en general. Método adoptado: investigaciones directas e indirectas, taller y entrevistas. Las herramientas del plan de acción: diagramas de flujo, mapas referenciales, cuadros analíticos y cuestionarios aplicados en las comunidades. Los resultados: interpretación de los datos recolectados con diagnóstico socioeconómico, cultural y ambiental a las futuras acciones de la región; identidad visual para el fruto y la asociación; desarrollado el plan de acciones enfocado en la comunidad y socios regionales sobre la base de la producción más eficiente para la región; evento anual para reflejar el fortalecimiento de las asociaciones locales.

Palabras clave: Viabilidad - Producción - Piña - Berilo - Diseño.

Abstract: Berilo is located in the Jequitinhonha valley - Minas Gerais. Their residents have as alternative the family farming as the main source of income. Objective of the project: to diagnose the potential of the region, considering the Design as means of opportunities and innovations of the production, processing and commercialization, in the region. The importance is in the recognition of the natural wealth, its history and cultural diversity, its patrimonial-tourist potential and their productions. Method adopted: direct and indirect research, workshop and interviews. The tools of the action plan: flowcharts, reference maps, analytical charts and questionnaires applied in the communities. The results: interpretation of data collected with socioeconomic, cultural and environmental diagnosis to the future actions of the region; visual identity of the fruit and the association; developed the action plan focused on the community and regional

partners based on the most efficient production to the region; event to reflect the strengthening of local associations.

Keywords: Viability - Production - Pineapple - Berilo - Design.

(*) **Heloísa Helena Couto**, Graduada em Design de Ambientes pela Escola de Design da UEMG; especialista em Revitalização Urbana e Arquitetônica, pela Escola de Arquitetura da UFMG, mestra em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável, na Escola de Arquitetura da UFMG. Pesquisador no grupo de pesquisa do CNPQ, Conservação e Reabilitação Urbana e Arquitetônica, da Universidade Federal de Minas Gerais. Atua como professora/pesquisadora em Ciência e Tecnologia, na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais nos seguintes temas: bens culturais móveis e imóveis, conforto ambiental, interdisciplinaridade, design corporativo integrado, desenvolvimento de materiais, design e serviço, design social, design sistêmico, sustentabilidade e governança. Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/6421006717254164>. **Lucas Molin Alves César**, Graduado em Design gráfico pela Escola de Design da UEMG. Bolsista PIBIC/UEMG/FAPEMIG no projeto “Estudos das viabilidades para atuações do design na produção de abacaxi da região de Berilo-MG” executado no período de Março de 2015 a Março de 2016. Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/4005651583379569>. **Solange Andere Pedra**, Mestrado em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), especialização em Metodologia do Ensino de Projetos pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), graduada em Licenciatura em Desenho e Plástica pela FUMA atual Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), cursou Ensino Técnico/Profissionalizante em Mecânica. Lecionou no Ensino Básico Tecnológico do CEFET-MG de 1975 a 1999 e atualmente é professora de Educação Superior na Escola de Design da UEMG (desde 2000). Tem experiência na área de ensino tecnológico, com ênfase em ensino de representação técnica de projetos. Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/7613330765289097>. **Kátia Regina Bastani**, Mestre em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável (EA-UFMG). Possui especialização em Educação Ambiental, Agenda 21 e Sustentabilidade e graduação em Decoração/Design de Ambientes pela Universidade do Estado de Minas Gerais (2006). Atua como professora e pesquisadora na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais. É sócia da empresa Elementos Design de Ambientes onde atua na área de desenvolvimento de projetos de ambientes, internos e externos, com foco em sustentabilidade e presta consultoria em Design, Artesanato e Gestão Ambiental.