



**Universidade de Brasília**

Instituto de Artes - Departamento de Design  
Programa de Pós-Graduação em Design

**Eneida Maria Santana de Figueiredo**

**BRASÍLIA, A CIDADE CRIATIVA E A MEDIAÇÃO  
DO DESIGN PARA A INOVAÇÃO SOCIAL**

Brasília, 2026

**Eneida Maria Santana de Figueiredo**

**BRASÍLIA, A CIDADE CRIATIVA E A MEDIAÇÃO  
DO DESIGN PARA A INOVAÇÃO SOCIAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design do Instituto de Artes da Universidade de Brasília como requisito para obtenção do título de Mestre em Design

Área de Concentração: Design, Tecnologia e Sociedade  
Linha de Pesquisa: Design, Espaços e Mediação. Orientadora: Prof.Dr<sup>a</sup>. Daniela Fávaro Garrossini

Brasília, março de 2026

Programa de Pós-Graduação em Design – Universidade de Brasília

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

FF475b

Figueiredo, Eneida

Brasília, a Cidade Criativa e a Mediação do Design para a Inovação Social / Eneida Figueiredo; orientador Daniela Garrossini. Brasília, 2026.

154 p.

Dissertação (Mestrado em Design) Universidade de Brasília, 2026.

1. Brasília. 2. Cidade Criativa. 3. Design. 4. Mediação. 5. Inovação Social. I. Garrossini, Daniela, orient. II. Título.

# **BRASÍLIA, A CIDADE CRIATIVA E A MEDIAÇÃO DO DESIGN PARA A INOVAÇÃO SOCIAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design do Instituto de Artes da Universidade de Brasília para obtenção do título de Mestre em Design.

Defesa em: 27/03/2026

## **BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Daniela Favaro Garrossini - DIN / PPG Design / IDA - UnB

---

Profa. Dra. Marisa Cobbe Maas - UnB

---

Prof. Dr. Leandro de Bessa Oliveira - UCB

## **AGRADECIMENTOS**

À minha orientadora, professora Dr<sup>a</sup>. Daniela Fávaro Garrossini pela escuta atenta e direcionamentos precisos ao longo dessa trajetória. E à banca avaliadora, Dr. Leandro Bessa e Dra. Marisa Maas, pela generosidade e contribuições que expandem e fortalecem esta dissertação.

Aos meus professores, mestres e doutores da linha de Pesquisa Design, Espaço e Mediações, que impulsionaram a minha volta aos estudos e a busca por novos horizontes, em especial às professoras Dr<sup>a</sup>. Célia Matsunaga, Dr<sup>a</sup>. Fátima dos Santos. Dr<sup>a</sup>. Marisa Maas e Dra. Nivalda Assunção, do Instituto de Artes.

Ao PPG Design pela coordenação e gestão, em especial aos professores Dr. Tiago Barros e Dr. Breno Tenório, e ao corpo administrativo representado por Rodrigo Araujo de Souza, sempre muito atencioso e solícito. À Universidade de Brasília, que impulsiona a educação pública superior, ética e gratuita, responsável pelo avanço nas pesquisas científico-tecnológicas.

Ao meu colega de percurso Frederico Tales, pela parceria na representação discente do Programa de Pós-Graduação em Design - UnB e sua minuciosa revisão desta dissertação. Aos meus amigos e colegas pelas trocas, parceria e visão de mundo compartilhada.

Aos meus pais Glória e Oswaldo, pelo alicerce e incentivo na infinita busca pelo conhecimento. Aos meus filhos amados João e Luísa, que são minha inspiração cotidiana e me encorajam a alçar novos vãos. Espero que os inspire também por esse horizonte de aprendizagem!

E por fim, agradeço ao companheiro de jornada Ulysses que, entre tantas viagens, sempre me influenciou nas trilhas do mestrado e doutorado. E ainda, pelo privilégio de poder voltar à universidade que me formou e me dedicar aos estudos sobre a mediação do design nas Cidades Criativas, como oportunidade de transformação social.

## RESUMO

Esta dissertação investiga Brasília, enquanto Cidade Criativa do Design, chancelada pela Unesco em 2017, examinando o papel do design como instrumento estratégico de mediação para a inovação social e sustentabilidade socioambiental. O estudo combina diferentes fontes de conhecimento, abrangendo a concepção modernista da cidade, seu contexto sociocultural e análise documental do dossiê de candidatura, que a inseriu na rede de cidades criativas da Unesco. De natureza exploratória e abordagem qualitativa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com gestores, designers e especialistas envolvidos diretamente em ações que visam a consolidação da Chancela, no período de maio a julho de 2025. A hipótese que orienta a pesquisa considera a chancela como oportunidade para posicionamento do design como mediação, transversal e sistêmica, capaz de incentivar uma gestão pública participativa, voltada à cultura de projeto e articulação intersetorial. Por meio de um processo dedutivo-indutivo, o estudo busca captar sentidos e percepções dos atores vinculados ao ecossistema do design e da gestão pública, procurando compreender de que forma o design aparece no discurso dos participantes como prática mediadora de processos associados à chancela, suas possibilidades, limites e atribuições no contexto urbano do Distrito Federal. Conclui-se que a mediação do design pode impulsionar conexões institucionais e socioculturais, contribuindo para a construção de uma cidade criativa mais humana, inclusiva, resiliente e sustentável.

**Palavras-chave:** Brasília; Cidade Criativa; Design; Mediação; Inovação Social.

## ABSTRACT

This dissertation investigates Brasília, as a Creative City of Design accredited by Unesco in 2017, examining the role of design as a strategic mediation instrument for social innovation and socio-environmental sustainability. The study combines different sources of knowledge, encompassing the modernist conception of the city, its sociocultural context, and a documentary analysis of the application dossier that enabled its inclusion in the Unesco Creative Cities Network. Exploratory in nature and based on a qualitative approach, the research included semi-structured interviews with managers, designers and specialists directly involved in actions aimed at consolidating the designation, conducted between May and July 2025. The hypothesis guiding the research considers the designation as an opportunity to position design as mediation, transversal and systemic practice, able to encourage participatory public management oriented toward a project culture and intersectoral articulation. Through a deductive–inductive process, the study seeks to capture the meanings and perceptions of actors connected to the design ecosystem and public administration, aiming to understand how design appears in the participants discourse as a mediating practice in processes associated with the designation, as well as its possibilities, limitations, and roles within the urban context of the Federal District. The study concludes that design mediation can foster institutional and sociocultural connections, contributing to the construction of a more human, inclusive, resilient, and sustainable creative city.

**Keywords:** Brasília; Creative City; Design; Mediation; Social Innovation.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
Objetivo Geral.....	10
Objetivos Específicos.....	10
<b>1 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>11</b>
1.1 Brasília, de Cidade-Conceito à Cidade Criativa do Design.....	14
1.2 Cidade Criativa: conceitos que a integram.....	26
<b>2. DESIGN: COMPLEXIDADE, MEDIAÇÃO E INOVAÇÃO SOCIAL</b> .....	<b>36</b>
2.1 O Design do Design.....	45
2.2 Design Participativo, Inovação Social e Políticas.....	51
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>56</b>
3.1 Produção dos dados empíricos.....	58
3.2 Estratégia de análise dos dados.....	59
3.3 Categorias analíticas e eixos interpretativos.....	60
3.4 Considerações éticas e limitações da pesquisa.....	62
<b>4. ANÁLISE EMPÍRICA DOS DADOS</b> .....	<b>63</b>
4.1 Sentidos atribuídos à chancela de Cidade Criativa do Design.....	63
4.2 Design como mediação em processos sociais.....	64
4.3 Limites institucionais e territoriais da Inovação Social.....	65
4.4 Distância entre discurso institucional e experiência urbana.....	66
4.5 Considerações parciais da análise empírica.....	66
4.6 Propostas e recomendações sugeridas pelos participantes.....	68
<b>5. DISCUSSÃO</b> .....	<b>69</b>
5.1 Da utopia modernizadora à cidade plural: a chancela entre o reconhecimento e a materialização.....	69
5.2 Cidade planejada e território usado: distância, visibilidades e participação... 71	
5.3 Implicações analíticas: condições de possibilidade para territorializar a Cidade Criativa do Design.....	72
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>74</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>78</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>82</b>

## INTRODUÇÃO

Esta dissertação analisa o percurso de Brasília, enquanto Cidade Criativa do Design, chancela concedida em 2017 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), no contexto urbano do Distrito Federal. O estudo investiga de que modo essa chancela é percebida, interpretada e mobilizada por gestores públicos e especialistas vinculados ao ecossistema local do design, buscando compreender as percepções e sentidos atribuídos, expectativas geradas e possíveis tensões entre o discurso institucional e sua apropriação no território.

A contextualização histórica e sociocultural é mobilizada até a medida em que contribui para situar a chancela no território, atribuir sentidos e compreender seu processo de institucionalização. A fundamentação conceitual articula literatura sobre cidades criativas, design e inovação social, em diálogo com dados empíricos produzidos por análise documental - com destaque ao Dossiê de Candidatura - e entrevistas semiestruturadas realizadas com gestores e especialistas vinculados a ações de consolidação da chancela.

A Rede de Cidades Criativas da Unesco constitui uma plataforma de cooperação internacional que reconhece a cultura e a criatividade como dimensões estratégicas do desenvolvimento urbano sustentável (Unesco, 2017), e a inserção da cidade na categoria Design representa o marco institucional que estrutura esta investigação.

Embora a designação projete o Distrito Federal em um circuito internacional de cidades reconhecidas por suas práticas criativas, observa-se um distanciamento entre o reconhecimento formal do título e sua incorporação efetiva nas dinâmicas sociais e setoriais locais. Tal descompasso demanda investigação empírica sobre como a chancela é compreendida por atores envolvidos com o ecossistema do design e sua gestão local.

Ainda que a literatura sobre cidades criativas e design para inovação social atribua ao design um papel de mediação em processos participativos, são escassas as investigações empíricas que examinem como a chancela é percebida e mobilizada no contexto de Brasília.

Diante desse cenário, formula-se o seguinte problema de pesquisa: de que maneira a chancela de Brasília, como Cidade Criativa do Design, é percebida e interpretada por designers, gestores e especialistas, e quais os limites e possibilidades são atribuídos ao design como instrumento de mediação social no contexto urbano do Distrito Federal?

A hipótese que orienta este estudo sustenta que a chancela de Cidade Criativa do Design opera predominantemente como capital simbólico, reforçando a projeção institucional e internacional de Brasília, mas apresentando baixa capilaridade territorial e limitada materialização em processos estruturados de inovação social. A pesquisa busca, portanto, compreender se e como a chancela tem sido apropriada, à luz do dispositivo institucional que a sustenta e do discurso simbólico construído pelos atores vinculados ao ecossistema do design e gestão pública no Distrito Federal.

Pretende, ainda, identificar entraves estruturais, institucionais e culturais mencionados pelos entrevistados, que condicionam a forma pela qual a chancela é mobilizada e influenciam na capacidade de promover práticas alinhadas à inovação social, à participação cidadã e à sustentabilidade socioambiental, de acordo com as premissas estabelecidas pela Unesco e em consonância com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), conforme Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU).

## **Objetivo Geral**

- Analisar as percepções de designers, gestores e especialistas sobre a chancela de Brasília como Cidade Criativa do Design, identificando os sentidos atribuídos ao título, bem como os limites e as possibilidades percebidas do design como instrumento de mediação no contexto urbano do Distrito Federal.

## **Objetivos Específicos**

- Examinar os sentidos atribuídos à chancela de Cidade Criativa do Design por designers, gestores públicos e especialistas atuantes no Distrito Federal.
- Analisar como o design é compreendido por esses atores enquanto prática de mediação em processos sociais associados à chancela.
- Identificar convergências e tensões entre o discurso institucional da chancela (documentos) e sua apropriação no contexto local (entrevistas).
- Interpretar os achados empíricos à luz do referencial teórico sobre cidades criativas e design para inovação social.
- Evidenciar as contribuições do estudo para o debate acadêmico sobre o papel do design no contexto das cidades criativas (com ênfase em governança e territorialização).

## 1 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico desta dissertação organiza-se em dois eixos articulados. O primeiro analisa o contexto histórico, sociocultural e territorial de Brasília, enfatizando sua matriz modernista e concepção urbanística, diversidade sociocultural e desigualdade socioespacial. Enquanto o segundo examina a origem, o processo de institucionalização e paradigma das cidades criativas. A articulação entre esses eixos permite compreender como a chancela de Cidade Criativa do Design se inscreve em uma estrutura urbana previamente construída, marcada por um projeto idealizado de desenvolvimento, centralização e diferenciação.

A partir da noção de produção do espaço elaborada por Henri Lefebvre e das reflexões de Milton Santos sobre o território, esta dissertação propõe analisar a Cidade Criativa do Design não apenas como política cultural, mas como fenômeno inscrito nas dinâmicas estruturais da cidade. Ao articular design, cultura, criatividade e inovação social, o estudo contribui para ampliar o campo de investigação, oferecendo uma leitura crítica capaz de evidenciar tanto os potenciais quanto os limites estruturais da chancela no contexto específico de Brasília.

A leitura crítica dessas dinâmicas encontra respaldo nas formulações de Henri Lefebvre (2001; 2013; 2016; 2020), para quem o espaço é produzido socialmente e constitui arena de disputa política, expectativas e idealizações. O espaço urbano não é mero suporte físico, mas resultado dessas relações de poder, estratégias institucionais e práticas cotidianas. Complementarmente, Milton Santos (2020; 2021; 2022) enfatiza que o território é atravessado por desigualdades estruturais que condicionam o acesso a serviços, infraestrutura e oportunidades.

Brasília apresenta-se como cidade marcada por uma dualidade constitutiva: de um lado, o Plano Piloto como expressão de planejamento moderno e centralização institucional; de outro, a multiplicidade de Regiões Administrativas com trajetórias

históricas e condições socioespaciais distintas. Essa estrutura desigual constitui o pano de fundo sobre o qual a chancela de Cidade Criativa do Design é incorporada.

A noção de cidade criativa emerge, no cenário internacional, como resposta às transformações econômicas e culturais associadas à transição para economias baseadas no conhecimento, na cultura e conexão em rede. Para Charles Landry (2013), a cidade criativa não se reduz à presença de indústrias culturais, mas pressupõe a capacidade institucional e social de mobilizar recursos simbólicos, criatividade e diversidade cultural para enfrentar desafios urbanos complexos. Trata-se, portanto, de uma mudança paradigmática: a criatividade deixa de ser atributo individual e passa a ser concebida como competência coletiva e estratégica.

No contexto brasileiro, Ana Carla Reis (2011; 2012) e Peter Kageyama (2011) contribuíram para difundir e operacionalizar o conceito, aproximando-o de políticas públicas e estratégias de desenvolvimento territorial. Para esses autores, a criatividade constitui ativo capaz de promover inclusão e conexão, dinamização econômica e valorização das identidades locais. A cidade criativa, nesse sentido, articula cultura, criatividade, economia, inovação e sustentabilidade como eixos integrados de planejamento urbano.

A institucionalização global desse paradigma ocorre, sobretudo, por meio da atuação da Unesco, que, a partir do Relatório Mundial da Diversidade Cultural (2009) e dos documentos vinculados à Agenda 2030, consolida a relação entre diversidade cultural, desenvolvimento sustentável e cooperação entre cidades da rede. A criação da Rede de Cidades Criativas formaliza esse enquadramento, inserindo cultura e criatividade como categoria estratégica de reconhecimento internacional e política urbana.

Paralelamente, Richard Florida (2010) associa a dinâmica urbana à chamada “classe criativa”, argumentando que cidades capazes de atrair talentos e fomentar

ambientes inovadores tendem a apresentar maior desenvolvimento econômico. Ainda que essa perspectiva tenha contribuído para reforçar a centralidade da criatividade nas agendas urbanas, também intensificou o vínculo entre criatividade e competitividade territorial.

Nesse ponto, torna-se fundamental tensionar o paradigma. A criatividade pode operar como instrumento de emancipação social, ao valorizar saberes locais, fortalecer redes colaborativas e promover inclusão cultural, ou pode ser utilizada como estratégia de marketing urbano e diferenciação competitiva entre cidades. Como alerta Cláudia Leitão (2023), a economia criativa só se consolida como prática emancipatória quando vinculada a processos comunitários e redes colaborativas, evitando sua captura exclusivamente mercadológica.

A crítica ganha maior densidade quando articulada às reflexões de Milton Santos (2020; 2021; 2022), para quem o território é estruturado por desigualdades e pela seletividade do acesso aos recursos urbanos, mas também lugar de encontros e resistência à globalização; e Lucrécia Ferrara (2002), quando argumenta que a compreensão e interpretação simbólica de como a cidade é percebida, somente é possível à partir da observação da experiência vivida e compartilhada por seus habitantes.

Sob essa perspectiva, a adoção do paradigma criativo não garante, por si só, uma redistribuição territorial ou democratização do espaço, porém abre uma oportunidade para o diálogo, reflexões e conexões em redes colaborativas (Manzini, 2008). Se esse espaço de diálogo não for utilizado, a centralidade já consolidada pode aprofundar ainda mais assimetrias.

Compreender o contexto histórico, sociocultural e territorial é uma das condições essenciais para analisar as oportunidades e limites estruturais da política de cidade criativa. Portanto, a criatividade e a cultura como emancipação e conexão voltada à

inovação social, constitui o eixo estruturante desta pesquisa sobre a chancela de Cidade Criativa do Design que, no contexto de Brasília, exige considerar simultaneamente seu potencial simbólico e seus limites estruturais.

Se a criatividade pressupõe dinamismo, colaboração e conexão sociocultural, sua implementação em uma cidade historicamente marcada por centralização de poder e segregação socioespacial impõe desafios que ultrapassam o plano discursivo.

### **1.1 Brasília, de Cidade-Conceito à Cidade Criativa do Design**

Brasília foi concebida como um símbolo de modernização e progresso, projetada como centro político-administrativo do Brasil para integrar, impulsionar e acelerar o desenvolvimento socioeconômico rumo ao planalto central do país. Revisitar as estratégias desse projeto construtivo idealizado, tanto no âmbito sociocultural como econômico, é necessário para compreensão das influências advindas da migração do poder político, na cultura e na sociedade, sobre o território.

Lúcio Costa - arquiteto e urbanista - vencedor do concurso nacional e idealizador do plano piloto, imaginou Brasília como uma cidade que moldaria as relações sociais e melhoraria a vida das pessoas, sendo uma oportunidade para integração cultural e transformação social (Vidal, 2009 p.221 e 255). Nasceu assim, o discurso sobre uma nova concepção de cidade: pensada para a democracia, na convivência igualitária entre os povos, no intercâmbio entre diversas culturas e identidades. O que demonstra também a intenção de uma cidade imaginada, a princípio, para o bem comum.

Segundo Vidal, o programa desenvolvimentista almejava que a organização urbana expressasse os ideais da modernidade. A concepção do Plano Piloto, “interpretada como um símbolo do modernismo brasileiro e do “Desenvolvimentismo” de Juscelino Kubitschek (JK), expressava o espírito funcionalista de um tempo progressista” (Cardoso, 1978 p. 261 apud Vidal, 2009 p.186). O propósito era narrar

a identidade de uma nação moderna e planejada, rompendo com a imagem de um Brasil-colônia.

Antes mesmo da profecia relatada como “Sonho de Dom Bosco”, no século XIX, que trata da visão do sacerdote italiano descrita em suas “Memórias Biográficas” - sobre o surgimento de uma nova “civilização” entre os paralelos 15 e 20 - nas imediações já existia uma comunidade quilombola que colaborou com a construção da nova capital e que ocupa o espaço onde hoje é considerado o entorno do DF, ou mais recentemente, referenciada como uma área metropolitana pelo IBGE (RIDE-DF).

Os planos para interiorização da capital datam de 1823 e a constituição federal de 1891 já anunciava essa mudança, que ganhou destaque ao longo do tempo e foi implementada pelo presidente JK. Seguindo o que ditava a constituição federal sobre a mudança da capital para o planalto central, o lema de campanha de JK ficou conhecido como “50 anos em 5”. A intenção era que em 5 anos o Brasil progredisse tão intensamente a ponto de prospectar 50 anos de desenvolvimento, como um “salto para o futuro”, na retórica do Plano de Metas de JK.

A área que compreende Brasília ficou conhecida como “Quadrilátero Cruis”, por conta da Comissão Exploradora do Planalto Central (Missão Cruis/1892). Assim, o “quadrado”, expressão afetuosa que o brasiliense utiliza para mencionar o DF, atraiu uma diversidade de pessoas de diferentes regiões do país. Conhecidos como candangos, foram os pioneiros, construtores e desbravadores que primeiro chegaram para a construção da capital, em sua maioria vindos do nordeste brasileiro que, guiados pelo desejo de uma vida melhor, acreditavam no compromisso e no espírito visionário de JK.

A localização de Brasília, em sua dimensão geopolítica e estratégica, vista como ponto de partida para a modernidade e por muitos interpretada como revelação

divina (Vidal, 2009 p.246-247), ocupou uma área propícia à formação de um dos maiores lagos artificiais do mundo, conforme já identificado pela Missão Cruls, cuja intenção era captar águas pluviais e de afluentes que compõem a Bacia do Paranoá, e assim tentar amenizar o clima do cerrado, que alterna estações chuvosas e períodos de seca intensa.

Próximos ao Plano Piloto surgiram diversos acampamentos provisórios, criados de forma espontânea para abrigar os primeiros candangos envolvidos no processo de construção da nova capital. Dentre esses, destaca-se a “Cidade Livre”, que cresceu vertiginosamente de forma repentina para acolher os trabalhadores e tornou-se a primeira cidade-dormitório vizinha ao que se tornaria o centro político e administrativo. As cidades improvisadas teriam um tempo de existência limitado ao período de construção de Brasília, seus lotes eram utilizados em regime de comodato e deveriam ser devolvidos à Novacap - Companhia Urbanizadora da Nova Capital do Brasil.

Esse espaço urbano deu origem ao Núcleo Bandeirante e à Candangolândia em 1956; em seguida surgiram Taguatinga em 1958, como a primeira “cidade-satélite” idealizada pela Novacap para que os candangos pudessem construir suas casas de forma definitiva. Na sequência, surgiram Sobradinho em 1959, Gama em 1960 e oficialmente o Paranoá em 1964, sendo que Brazlândia, cidade já existente desde o início nos arredores, também foi incorporada de forma oficial nesse mesmo ano de 1964.

Aproximadamente uma década após a inauguração da nova capital, despontou o Guará em 1969, e no início da segunda década, a Ceilândia em 1971, cujo nome se originou de uma “Campanha de Erradicação de Invasões”, ocupando parte de uma área de Taguatinga e que, em uma espécie de gentrificação planejada, foi criada para extinguir os acampamentos construídos em torno da área do Plano Piloto, a

exemplo da Vila IAPI, onde habitavam cerca de 80 mil famílias em condições bastante precárias (Codeplan, 2016).

E assim foram sendo criados os vários espaços urbanos ao longo do tempo, até integrar as atuais 35 Regiões Administrativas (R.A), agrupadas em Unidades de Planejamento Territorial (UPT) Norte, Sul, Leste, Oeste, Central e Central Adjacente I e II. Essas macrorregiões, estruturadas pelo Plano Diretor de Planejamento Territorial (PDOT), compõem o território de Brasília, uma das maiores urbes construídas no século XX, marcada por tensões entre o espaço concebido e o espaço vivido, entre o ideal modernista e a complexidade socioterritorial contemporânea.

Ainda que o desenvolvimento seja intenso desde sua concepção, Brasília enfrenta desafios relacionados à desigualdade e segregação socioespacial. Apesar de Brasília possuir IDH alto, com a maior renda per capita do país, e ser reconhecida pela sua qualidade de vida, a idealização do seu espaço urbano contrasta com a complexa e desafiadora realidade, que convive desde o início com a exclusão dos primeiros habitantes e trabalhadores do Plano Piloto.

A desigualdade social está presente em várias Regiões Administrativas e em sua própria área central. O plano original, que previa uma cidade planejada para 500.000 habitantes (Costa, 1987 p.13), se expandiu rapidamente, transformando-a em uma metrópole cuja prospecção é de 2,98 milhões de habitantes, distribuídos de maneira heterogênea entre as atuais 35 R.As (IBGE, 2024).

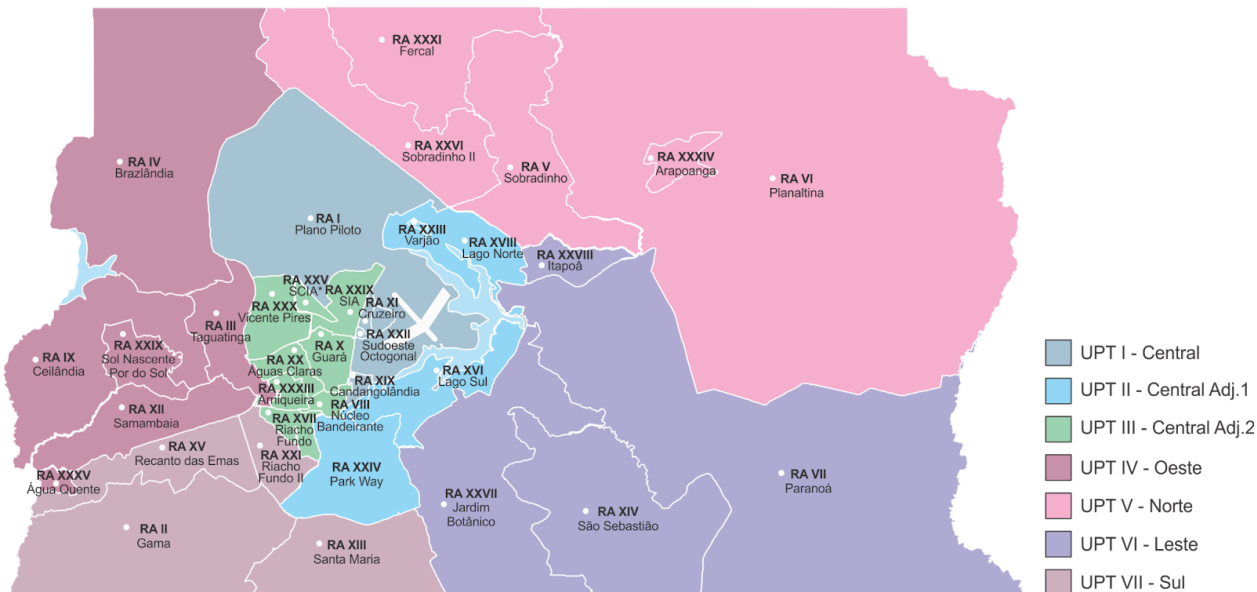


Figura 01: Plano Diretor de Ordenamento Territorial (PDOT) - Unidades de Planejamento Territorial (UPT) - catalogo.ipe.df.gov.br

Como recorte de espaço e tempo, trazer ao contexto o projeto concebido como ideal de modernidade, foi motivado pela intenção de compreender a influência histórica entrelaçada ao fenômeno sociocultural, percebido na virada da primeira década de idealização do Plano Piloto (R.A I), como uma cidade-conceito que se expandiu aceleradamente até se configurar como a terceira urbe mais populosa do país, segundo o último censo do IBGE (2022).

Inaugurado em 21 de abril de 1960, o Plano Piloto de Brasília foi projetado com o traçado modernista, seguindo as premissas da “Carta de Atenas” que, em sua teoria, tinha como objetivo proporcionar o bem viver a todos os seus habitantes, em uma sociedade sem distinção de classes (Holston, 1993 p.56). Contudo, como demonstra James Holston (1993), o projeto modernista, embora inovador em termos formais, produziu contradições profundas. A utopia igualitária da cidade planejada conviveu com processos de segregação e diferenciação territorial, especialmente na constituição das chamadas “cidades-satélites”. A crítica de Holston evidencia que o desenho racional não eliminou as desigualdades sociais, mas as reorganizou espacialmente.

A intenção de Lúcio Costa era projetar uma cidade do futuro, monumental e funcional, para ser moderna e eficiente, mas também acolhedora e íntima, a definindo como “bucólica e urbana, lírica e funcional” e um polo integrador de culturas diversas (Costa, 1956).

Cidade planejada para o trabalho ordenado e eficiente, mas, ao mesmo tempo, cidade viva e aprazível, própria ao devaneio e à especulação intelectual, capaz de tornar-se, com o tempo, além de centro de governo e administração, num foco de cultura dos mais lúcidos e sensíveis do país” (Costa, 1956, p. 22).

A concepção da cidade, com suas escalas monumental, gregária, residencial e bucólica, se tornou o primeiro conjunto urbanístico do século XX a ser reconhecido pela Unesco com o título de Patrimônio da Humanidade (1987). As escalas urbanísticas do Plano Piloto têm um propósito, que são as funções de circular, trabalhar e agrupar, habitar e contemplar (Le Corbusier, 134 junto de Gorovitz, 2005, p.29). Enquanto a escala monumental representa a dimensão política e administrativa da cidade, a escala gregária, segundo Gorovitz, é responsável pela conexão e articulação entre o monumental e o cotidiano, devido ao convívio coletivo.

Em cruzamento com a área central, a intenção da escala gregária é proporcionar encontro e troca de experiências, com uso do espaço mais concentrado para convivência e interações sociais, configurando uma área cultural singular e funcional entre o cruzamento dos eixos.



Figura 02 - Fonte: [www.bbc.com/portuguese/resources/idd-143f8aa4-dbeb-4f4d-86a8-eeb3b0ac7191](http://www.bbc.com/portuguese/resources/idd-143f8aa4-dbeb-4f4d-86a8-eeb3b0ac7191)

Trazer ao contexto a concepção histórica e sociocultural envolve naturalmente a escala gregária, como espaço de reunião, lugar de experiências coletivas e memórias compartilhadas. Essa intenção de integração propiciada pela escala gregária no projeto construtivo de Brasília, teve como finalidade promover conexões socioculturais na sua área central (Ribas, 2005 p.38).

Situada ao longo do eixo rodoviário e prevendo pequenas áreas de comércio local, surge a escala residencial ou cotidiana, em que prevalecem grandes espaços verdes e passagem livre pelos pilotis dos blocos residenciais, onde os habitantes pudessem ter acesso e cultivar relações sociais.

Segundo Lúcio Costa, “O Plano Piloto refuga a imagem tradicional no Brasil da barreira edificada ao longo da água; a orla do lago se pretendeu de livre acesso a todos, apenas privatizada no caso dos clubes” (Costa 1987, p. 8). É onde prevalece a escala bucólica, ironicamente ameaçada pelo novo Plano de Preservação do Conjunto Urbanístico de Brasília - PPCUB/2024. Na concepção original seria um setor de clubes, contemplativo para “passeios e amenidades” (Costa, 1962, p.2).

Inspirada nos ideais construtivistas do século XX, foram projetados os diversos Palácios com suas formas geométricas e curvas em concreto armado, cujo equilíbrio e unidade parecem simples, mas são complexas em sua composição, o que os transformaram em verdadeiros monumentos a céu aberto. A Oscar Niemeyer coube o projeto de modernização na concepção da arquitetura de Brasília, por meio de um “design” modernista, como um “oásis de desenvolvimento utópico”, transformação social e crescimento para o interior do Brasil (Holston, 1993 p.100 e 101).

A “liberdade plástica” do arquiteto foi oportuna por sua originalidade, para fugir das características de um Brasil colonial, vista como um “rito de passagem” para reafirmar uma identidade brasileira modernizada, cujo intuito era se distanciar do estilo europeu e norte-americano (Vidal, 2009 p.227). Niemeyer costumava declarar

que a arquitetura não era uma “simples questão de engenharia, mas uma manifestação do espírito, da imaginação e da poesia” (Niemeyer apud Vidal, 2009 p.234).

O projeto de construção de Brasília extrapolava a dimensão espacial, propondo-se a operar como instrumento de transformação social em sentido amplo. Inserida no ideário modernista, a nova capital foi concebida como expressão de um projeto civilizatório que articulava arquitetura, arte e técnica na formulação de uma sociedade orientada por valores como racionalidade, progresso e integração. A “arquitetura-arte”, conforme analisa Grace de Freitas (2007 p.33), desempenhou um papel ativo na construção desse mundo novo, desenhando uma “utopia guiada pela convicção na revolução socialista” (Freitas, 2007, p.6). A autora ressalta a importância de Lúcio Costa, que atribuiu à nova capital forma e função, por meio da arte e da técnica, apresentando na linguagem construtivista o culto à percepção do olhar, com elementos visuais integrados à arquitetura (Freitas, 2007 p.61).

Segundo Freitas (2007), a efervescência cultural vanguardista e o modernismo como símbolo progressista, combinou o cenário artístico ao acervo arquitetônico, composto por obras de artistas visuais e designers bastante conhecidos, como Athos Bulcão, artista visual que se faz muito presente com seus painéis em vários espaços da cidade; as pinturas de Rubem Valentim, Di Cavalcanti, Alfredo Volpi, Emanuel Araújo, Sérgio Camargo, os vitrais de Marianne Peretti, as esculturas de Maria Martins, Mary Vieira, Alfredo Ceschiatti, Bruno Giorgi, Victor Brecheret e Franz Weissmann; o paisagismo de Burle Marx, o design de mobiliário de João Tenreiro e Sérgio Rodrigues, entre outros.

O que coloca a vanguarda cultural em evidência no momento histórico da implantação da nova capital, com o design e a arte presentes na concepção de Brasília, traços inseridos no espírito do tempo, cujas ideias, valores e aspirações tem

substancial influência no contexto contemporâneo, na forma em que as interações sociais acontecem e os espaços são apropriados, ou não, pelas pessoas.

É importante conhecer os aspectos históricos, reconhecer o passado que projetou a “cidade do futuro” e poder repensar o presente. Nesse contexto, revelar o processo construtivo e a atmosfera sociocultural é relevante para compreender como os espaços foram se transformando em lugares significativos que influenciam até hoje na experiência cotidiana, Lúcio Costa, revisitando o Plano Piloto, observou emocionado a ocupação da cidade, reconhecendo que Brasília passou a ser multicultural, uma síntese real das raízes brasileiras (Costa, 1984).

A interação entre essas diversas culturas regionais, que uniu a ancestralidade com a contemporaneidade, deu origem a lugares com plurais modos de viver, que se manifestam em diversas áreas, da gastronomia à música, das artes visuais às festas populares. É essa diversidade que compõe a brasilidade, que representa a identidade cultural na capital formada por brasileiros de diversas regiões.

Brasília ficou conhecida na década de 1980 como a “Capital do Rock”, quando a cena musical despontou com vários talentos do rock brasileiro, cujas composições em sua maioria continham críticas sociais e eram demonstrações de um processo de participação popular e expressão artística e cultural. Devido a essa influência, primeiro houve a tentativa de receber a chancela da Unesco como Cidade Criativa da Música em 2015, via Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal (Secec-DF).

Mas não obtiveram sucesso, pois o título considera um período dos últimos cinco anos com notoriedade na categoria pretendida. Então, conforme as normas, tiveram que esperar cerca de dois anos para submeter uma nova candidatura, desta vez pela Secretaria de Turismo (Setur-DF). Durante o percurso da investigação, houve a descoberta do Dossiê de Candidatura na Rede Unesco, que até então era

inacessível ao público, permitindo analisar as premissas que definiram a vocação da cidade.

O documento da Objeto Brasil, consultoria externa contratada pela Setur-DF para diagnosticar a vocação da cidade e subsidiar o processo de candidatura, conforme relatado, fez uma vasta pesquisa nas diversas RAs antes de definir a categoria de participação na seleção nacional, endossada pelo Governo Federal através da Comissão Unesco presente no Itamaraty - Ministério das Relações Exteriores (MRE).

Assim, o Governo do Distrito Federal (GDF) obteve o reconhecimento de Brasília como Cidade Criativa do Design, num movimento muito pulsante para legitimar a cidade como destino cultural e turístico, conforme narrado pelos responsáveis pela entrega do documento de candidatura, na sede da Unesco em Paris.

O Dossiê de candidatura, defendido pela Setur-DF como ativo voltado ao desenvolvimento do turismo de experiências culturais, apontou o Design como categoria que mais cresceu organicamente, a partir de conexões e eventos como a Bienal Brasileira de Design, articulado pelas associações profissionais e pelos programas de graduação e pós-graduação das Universidades, o que impulsionou a valorização do DF como Território Criativo.

Os critérios de avaliação no documento consideraram a narrativa da concepção de Brasília, descrita como uma cidade planejada que se tornou patrimônio da humanidade aos 27 anos de inaugurada, situando o seu processo construtivo, sua diversidade sociocultural e o Design presente no DNA da cidade. Perpassa pelo projeto de modernização e integração do país, sustentando que a cidade do futuro se tornou uma cidade viva e pulsante no presente, complementando que a Brasília do século XXI quer ser vivida e experienciada.

Seria de se esperar que uma cidade concebida pelas mãos de Lúcio Costa e Oscar Niemeyer tivesse como opção criativa a arquitetura. Mas não Brasília. Materializada que está em suas belíssimas edificações, Brasília desponta para o século XXI como uma metrópole pulsante aberta aos novos tempos, aos novos usos e, sobretudo, à complexidade contemporânea. (Dossiê, 2017 p.8)

Coloca o design como mediação para inovação social, abertura mental e participação cidadã, bem como ressalta o potencial de cidade criativa a partir da cultura e da diversidade social. Reforça a importância do pensamento projetual, de uma cultura do design e de ações necessárias para consolidação de Brasília como Cidade Criativa do Design, mesmo em volta a tantos desafios da vida cotidiana.

O documento defende o Design como atividade transversal que perpassa a esfera sociocultural, econômica e espacial, como instrumento de transformação social, sustentabilidade socioambiental e vetor de desenvolvimento urbano. O principal argumento é que o Design, por sua transversalidade, percorre as dimensões da criatividade, inovação, cultura e valor econômico, o que pode refletir na economia criativa e na sustentabilidade socioambiental.

O Dossiê reforça o projeto de concepção e importância da transferência da capital para o planalto central, sua multiculturalidade e o simbolismo de modernidade da cidade planejada. Alguns trechos contidos no Dossiê reafirmam a cultura e a criatividade como atributo essencial, citando o potencial do design como vetor de desenvolvimento sustentável nas cidades contemporâneas.

A Economia Criativa e os conceitos que daí declinam - Cidades Criativas, Indústrias Criativas e a Classe Criativa, surgidos no final do século XX - povoam a primeira década do século XXI. Mobilizando primeiramente teóricos - de Howkins a Florida - e posteriormente esferas governativas - o conceito de Economia Criativa consolida cada vez mais um enorme potencial em seu habitat natural, a cidade. O número considerável de atividades que abriga, segundo a UNCTAD (2010), passa por áreas como o patrimônio, artes, mídia e, entre outros, o design. Tido, até há pouco tempo, como um

ofício que se dividia entre gráfico, o produto e pouco mais, hoje amplia-se a percepção de que o design é transversal e perpassa o âmbito social, econômico e sustentável, dando a conhecer a sua vocação de vetor de crescimento” (Dossiê, 2017 p.5)

O relatório de monitoramento 2017-2021 coloca a relevância de uma sólida rede de instituições de ensino superior voltadas para o Design no DF, composta por grande presença de mestres, doutores e pesquisadores nessa área, com a academia e as associações profissionais contribuindo para um ambiente formador de cultura de projeto, gestão e processos voltados para o ecossistema de inovação. Menciona a área geográfica de 5802 km<sup>2</sup>, denominado “Quadrilátero Cruls” e as profecias que já vislumbravam Brasília como um polo de cultura e inovação, cuja essência identitária é baseada na concepção modernista e na multiculturalidade.

O dossiê de candidatura e os relatórios institucionais associados à titulação apresentam Brasília como um “museu a céu aberto” e uma “cidade-parque única e diversa”, destacando que se trata do primeiro complexo urbanístico construído no século XX e que foi tombado com a maior área urbana do nosso tempo. Complementa que a cidade é percebida como altamente atrativa para a retenção dos talentos criativos, cuja integração e proximidade com o poder governamental exerce influência tanto no cenário nacional quanto internacional, o que poderia fortalecer um ecossistema de inovação sociotécnica.

A publicação também ressalta a presença das embaixadas e dos organismos internacionais na cidade como fator propício à cooperação técnica, processos de inovação e desenvolvimento de soluções para os mais diversos campos, tais como mobilidade urbana e infraestrutura tecnológica, mencionando ainda a criatividade e a capacidade produtiva, no qual o Design seria um ator e mediador estratégico.

Observa-se, entretanto, que o relatório concentra a sua narrativa predominantemente no Plano Piloto enquanto monumento modernista, comunicando Brasília como “Cidade-Design” e território criativo por meio de mostras, exposições e

roteiros voltados à promoção da economia criativa, do turismo e da cultura, em um tom celebratório. Tal enfoque tende a privilegiar a dimensão simbólica e patrimonial da área central, com limitada articulação com as demais Regiões Administrativas do Distrito Federal e com reduzida evidência de mecanismos estruturados de participação cidadã, aspecto que tensiona o princípio de governança colaborativa preconizado pela Rede de Cidades Criativas.

No âmbito dos compromissos assumidos junto à Unesco, prevê-se a participação anual de representante local nos encontros da Rede de Cidades Criativas, bem como a apresentação de relatórios quadrienais de monitoramento e avaliação, exigidos pela entidade para revalidação da chancela. No caso de Brasília, como a Setur-DF foi responsável pela submissão do dossiê de candidatura, atua como ponto focal institucional e encarrega-se da elaboração e envio desses relatórios.

Vale apontar que a entrega do relatório 2025 foi postergada para 2026, por conta do período crítico da pandemia do Covid-19, e que a chancela ficou engavetada devido à troca de governo, que retomou as ações somente a partir de 2022. Esse é um ponto sensível, pois sem uma política pública ou conselho oficial de gestão da Cidade Criativa, as mudanças de governo e cargos eletivos se configuram como um desafio, que pode colocar em risco sua continuidade e potencial desenhado para o futuro.

## **1.2 Cidade Criativa: conceitos que a integram**

Para assimilar a essência de uma Cidade Criativa do Design, faz-se necessário integrar conceitos como criatividade, cultura, sustentabilidade socioambiental, ODS, direito à cidade, design e inovação social. A Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável, proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU), é um dos principais pilares da Rede de Cidades Criativas da Unesco.



Figura 03: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável ONU 2015

A Rede de Cidades Criativas da Unesco (RCCU), lançada em 2004 com o compromisso de implementar a Agenda 2030, faz parte desse plano de ação global para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e assegurar que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e prosperidade.

Atua como uma plataforma de cooperação, boas práticas e reflexão sobre a importância da criatividade, ciência, cultura, educação e intercâmbio de conhecimento, orientado à sustentabilidade socioambiental no contexto urbano. É composta atualmente por oito categorias criativas: Artesanato e Arte Popular, Design, Cinema, Gastronomia, Literatura, Artes Midiáticas, Música e Arquitetura.

A Unesco considera que a criatividade está presente em tudo o que os seres humanos fazem e que dá sentido à sua existência, como um elemento de mão dupla que tanto é a essência da diversidade cultural como contribui com uma maior capacidade criativa (Unesco, 2009 p.22).

A rede de cooperação, que intenciona promover a economia criativa, a cultura e inovação como apoio ao bem-estar social nas cidades, reforça a importância da centralidade nas pessoas, em suas comunidades, baseada no respeito mútuo e no diálogo aberto entre múltiplas culturas, para que, em conjunto, possam responder aos desafios cotidianos, como as crises econômicas, climáticas e sanitárias, que geram impactos sociais e ambientais.

As Cidades Criativas colocam a cultura e a criatividade no centro do desenvolvimento urbano. Receber essa chancela da Unesco pela categoria Design, identifica o potencial de atuação mediadora e impulsionadora da capacidade coletiva de solucionar problemas cotidianos, promover diálogos e conexões entre diversas áreas, atores e setores.

Segundo a Unesco<sup>1</sup>, “as áreas urbanas são o principal campo para o desenvolvimento de novas estratégias, políticas e iniciativas destinadas a fazer da cultura e da criatividade uma força motriz para o desenvolvimento sustentável e a regeneração urbana” (Unesco, 1997 p.52).

Ao assumir esse compromisso, a gestão da cidade tem a responsabilidade de investir na educação, na cultura, na preservação do patrimônio material e imaterial, onde a criatividade e a diversidade sociocultural são elementos fundamentais para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. As cidades que fazem parte desse segmento precisam demonstrar o uso da visão agregadora e holística do design na economia, na cultura e na vida cotidiana.

Nessa perspectiva, o design entra como articulador de conexões e facilitador de soluções colaborativas voltadas para sustentabilidade e transformação de

---

<sup>1</sup> Fonte: [www.unesco.org/en/creative-cities/creativity-and-cities](http://www.unesco.org/en/creative-cities/creativity-and-cities)

realidades. Isso implica na implementação de políticas que incentivem a economia do conhecimento, a participação cidadã e a sustentabilidade socioambiental como inovação social.

Atualmente na Secretaria da Economia Criativa do Governo Federal, Cláudia Leitão reflete sobre a conexão entre cultura e criatividade, ancestralidade e inovação que, quando dialogam e se complementam, se tornam ativos intangíveis e estratégicos para a inovação social. Defendendo que essa sinergia colabora para o senso de pertencimento coletivo, propicia novos modos de viver e possibilidades para o “bem viver” e, portanto, merecem ser impulsionadas por meio de políticas públicas que visem o bem comum (Leitão, 2023 p.74).

Contudo, questiona se a chancela viabiliza o direcionamento de políticas e ações em favor do bem comum e do bem viver, ou se é mera promoção para as cidades. A autora conclui com uma citação do economista Celso Furtado que defende a criatividade como “invenção da cultura” e como a “base do empoderamento e da emancipação de povos e países” (Furtado apud Leitão, 2023 p. 79).

Fayga Ostrower, conceitua criatividade como um elemento de integração entre “percepção sensível-intuitiva”, “consciência-imaginação” e “intenção-ação” (Ostrower, 1977 p.12-13). A autora define cultura como “a forma material e espiritual” dos indivíduos de um grupo conviver, interagir e se comunicar, compondo a base de referência para novos comportamentos e atitudes (Ostrower, 1977 p.101).

Essa experiência coletiva é então transmitida pelas vias simbólicas para a geração seguinte, e assim perpetuam-se os comportamentos, valores e significados inseridos nas relações socioculturais em um determinado contexto histórico. Assim, criatividade e cultura correspondem, segundo a autora, aos valores simbólicos de uma época.

Esse processo integra expressão afetiva, elaboração mental e ações que orientam as experiências compartilhadas, conectam saberes e repertórios culturais, que dialogam e produzem interação social no território. O contexto cultural vira uma referência subjetiva que qualifica a experiência coletiva, a partir dessa perspectiva o indivíduo pode sentir aversão ou pertencimento.

Esse parece ser o caso da chancela, pois sem conhecimento e vivência coletiva, o reconhecimento fica restrito ao discurso institucional, revelando um descompasso entre seu valor simbólico, experiência compartilhada e apropriação cidadã.

Charles Landry no prefácio do livro “Cidades Criativas: perspectivas” (Reis; Kageyama, 2011) coloca a cultura, o conhecimento e a criatividade como recursos de valorização e inovação, tanto identitária como de desenvolvimento econômico para a transformação urbana. Segundo Landry, a cultura e a criatividade daqueles que vivem nas cidades é determinante para o seu sucesso futuro (Landry, 2013 p.11).

Landry também faz referência a Richard Florida, que primeiro aponta a importância de atrair a classe criativa para o centro do processo de regeneração urbana. Segundo Florida, a classe criativa é atraída por lugares de mentalidade aberta, que conectam cultura e inovação ao pensamento criativo, onde há talento, tecnologia, tolerância e respeito à diversidade. Florida enfatiza que os sistemas socioeconômicos e as experiências culturais influenciam nos modos de viver e refletem na forma como a sociedade se vê (Florida, 2010 p.136). Contudo, a Cidade Criativa não é um local para artistas e designers serem celebrados. Para enfrentar os desafios da vida cotidiana, onde a criatividade possa aflorar e colaborar com a experiência urbana significativa, se torna fundamental que a gestão pública funcione e contribua para a coesão social, se transformando em um lugar propício à inovação social (Landry apud Reis, 2011 p.10).

Essa abordagem é particularmente relevante para o conceito de Cidade Criativa, que pressupõe a articulação entre dimensões socioculturais e sociotécnicas, por meio de parcerias colaborativas entre poder público, universidades, comunidade e setores criativos. A literatura sobre cidades criativas enfatiza a importância da governança participativa e da mobilização do capital social e cultural como vetores de desenvolvimento (Landry, 2001). Tal compreensão permite conceber a cidade como um laboratório de ideias, no qual a inovação social emerge das formas pelas quais indivíduos e coletividades interpretam seus desafios e constroem respostas criativas (Landry, 2001; Emude, 2006, p.62).

A cidade não se reduz ao que é planejado ou projetado, conforme argumenta Henri Lefebvre, se manifesta no tempo ou em múltiplos tempos, que se entrelaçam no ritmo da vida cotidiana, produzindo semelhanças e contrastes entre os diferentes espaços urbanos e modos de viver e habitar. Nessa perspectiva, o espaço urbano constitui-se como processo dinâmico, continuamente produzido e reproduzido pelas práticas sociais.

Para Lefebvre o espaço urbano é intrinsecamente “político e ideológico” (Lefebvre, 2016 p.60), marcado pelo contexto histórico, bem como por tensões e contradições, jamais neutro. Tanto influencia como é influenciado pelas relações sociais, políticas, econômicas e culturais moldadas pelas estruturas de poder. O autor sustenta ainda, que não há pensamento sem utopia, pois toda ação é orientada por expectativas, desejos e possibilidades projetadas no futuro (Lefebvre, 2020 p.25).

A partir de sua conhecida tríade - espaço concebido, espaço percebido e espaço vivido - Lefebvre propõe que a cidade seja compreendida como realidade continuamente redescoberta e reinventada. O espaço concebido, associado ao planejamento e às representações técnicas, ganha novos sentidos quando apropriado nas práticas cotidianas, por meio do uso, da ocupação, do

reconhecimento e da reivindicação. É na experiência vivida que emergem vínculos, identidades e significados, configurando o sentimento de pertencimento e transformando o espaço em lugar.

Nessa linha, o autor afirma que não há relações sociais sem espaço, assim como não existe espaço sem relações sociais (Lefebvre, 2020 p.10). O espaço urbano ultrapassa a dimensão material do projeto arquitetônico ou urbanístico, constituindo-se como produto de interações complexas e, por vezes, contraditórias. A cidade torna-se, portanto, território de experiências, memórias e disputas, onde se articulam dimensões simbólicas e concretas da vida coletiva, se materializam disputas simbólicas e diferentes visões de mundo.

Nesse contexto, o design pode ser compreendido como prática mediadora, capaz de construir pontes entre atores diversos, integrar discursos institucionais e práticas cotidianas e favorecer processos de cocriação e inovação social (Manzini, 2015). Assim, a mediação pelo design contribui para aproximar pessoas e espaços urbanos, fortalecendo a dimensão relacional e participativa que sustenta a construção de uma cidade criativa.

Para compreensão de um espaço urbano, Lucrecia Ferrara, autora do livro “Design em Espaços”, reforça que a percepção e interpretação simbólica de como a urbe é concebida, de como suas paisagens são construídas e transmitem significados sociais e políticos, somente é possível a partir da experiência compartilhada de seus habitantes (Ferrara, 2002 p.96-97). A autora afirma que, apesar das diferenças, o simbolismo das imagens percebidas, que correspondem às memórias afetivas e conhecimento humano, particularizam um espaço e produzem significado pela vivência e experiência sensorial, que criam novas possibilidades de existência, passando a representar aquela realidade espaço-tempo.

Ferrara aponta as diferenças entre termos como visualidade e visibilidade e investiga como a cidade comunica sua identidade através de seus elementos visuais e suas interações socioculturais. Enfatiza que o papel da visualidade e visibilidade urbana na construção de significados coletivos e na percepção do espaço, considera que as representações da cidade - com seus elementos fixos, estáveis e estruturados - traduzem a ideia de poder e grandiosidade de um espaço, em contraste com os fluxos, o ritmo, o movimento, a circulação e interação das pessoas que o frequentam.

Segundo Ferrara, a visualidade está nas formas construídas, o que compreende o conjunto de elementos visuais no espaço urbano, tais como prédios, infraestrutura e monumentos. Já a visibilidade envolve a percepção desses elementos mediados pelas vivências cotidianas e os diversos movimentos sociais, culturais e políticos, que fazem com que o ambiente urbano seja visível ou invisível. A visualidade se expressa à partir do espaço construído, cuja estrutura projetada comunica uma função ou intenção.

A visibilidade acontece devido à experiência vivida na ocupação do espaço, onde a subjetividade compartilhada o reinventa, cultural e simbolicamente. Tanto o planejamento urbano como as intervenções visuais não apenas modelam o ambiente físico, mas também criam narrativas que influenciam como as pessoas experienciam e se apropriam dos espaços públicos. Contudo, persiste uma tensão comunicativa entre visualidade e visibilidade que, segundo a autora, pode ser lida como um confronto entre esses elementos fixos e os fluxos sociais, que se inter-relacionam e passam a traduzir a cidade como “complexa realidade cultural” (Ferrara, 2002 p.144).

Assim, a cidade se compõe de vivências cotidianas e atividades conjuntas no seu contexto urbano, os elementos que a constitui somente são apreendidos a partir de um olhar contínuo do tecido urbano, responsável pela percepção do cenário

sociocultural, com suas dinâmicas e atribuição de sentidos. Esse contexto é cíclico e uma via de mão dupla, tanto contribui para o significado da cidade, como qualquer mudança em seu contexto leva à alteração desse significado.

Milton Santos argumenta que o espaço urbano, embora condicionado por estruturas materiais relativamente estáveis - os chamados “fixos”, como edifícios, vias e equipamentos - é continuamente transformado pelos “fluxos” de pessoas, informações, capitais e práticas sociais que nele circulam. A interação entre fixos e fluxos constitui a dinâmica essencial da produção do espaço, revelando que o território não se limita à materialidade projetada, mas é permanentemente ressignificado pela vida cotidiana (Santos, 2020 p.61).

Assim, o espaço concebido pelos planejadores adquire novos sentidos à medida que é apropriado, utilizado ou contestado pelos sujeitos que o vivenciam. Para o autor, a cidade configura-se como instância de mediação entre estruturas técnicas e experiências sociais, incorporando a memória coletiva e produzindo significados ao longo do tempo. Trata-se de um espaço onde se constroem vínculos afetivos, identidades e referências culturais, ao mesmo tempo em que se manifestam contradições e disputas.

Essa complexidade confere ao urbano caráter fluido e, por vezes, imprevisível, convertendo-o em lugar de resistência, transformação e reinvenção social (Santos, 2020 p.328). O espaço social, nesse sentido, torna-se também fonte de elaboração intelectual e crítica, pois é nele que se evidenciam as tensões entre diferentes projetos de sociedade.

Santos sustenta que a memória coletiva desempenha papel central na constituição do sentimento de pertencimento e na capacidade de ação dos sujeitos, impulsionando processos de (re)descoberta individual e favorecendo práticas comunicativas orientadas ao entendimento mútuo. A cidade apresenta-se, portanto,

como cenário vivo de trocas multiculturais, encontros e conflitos, onde se constroem acordos, narrativas e perspectivas de futuro. A memória compartilhada fortalece a coesão social, contribuindo para a resiliência e para a construção de identidades urbanas.

À luz dessas contribuições, a análise do processo histórico e construtivo de Brasília permite compreender como o espaço urbano influencia e é influenciado por distintos modos de ser, viver e habitar a cidade. As experiências de uso - ou de não uso - do espaço público revelam dimensões relacionadas à mobilidade urbana, às desigualdades derivadas da organização centro-periferia e às estruturas de poder que moldam percepções e práticas cotidianas. O desenho modernista do Plano Piloto, ao mesmo tempo em que expressa um ideal de racionalidade e ordem, convive com dinâmicas sociais que reconfiguram continuamente seus sentidos.

Nesse contexto, o sentimento de pertencimento - ou, em sentido oposto, de alienação - interfere diretamente na efetivação do direito à cidade, conceito formulado por Henri Lefebvre como reivindicação coletiva de participação na produção e apropriação do espaço urbano. Uma cidade reinventada por meio da participação cidadã tende a ampliar as possibilidades de diálogo entre os espaços concebidos, percebidos e vividos, fortalecendo conexões sociais e promovendo maior inclusão.

Pensar Brasília sob essa perspectiva implica projetar futuros nos quais sua condição de Cidade Criativa esteja associada à ampliação do acesso, da participação e do reconhecimento do direito de todos à cidade.

## **2 DESIGN: COMPLEXIDADE, MEDIAÇÃO E INOVAÇÃO SOCIAL**

A análise da chancela de Cidade Criativa do Design exige, complementarmente, uma delimitação conceitual do próprio campo do design. Longe de constituir apenas uma atividade técnica voltada à configuração formal de objetos, o design é compreendido, na literatura contemporânea, como campo complexo, transversal e politicamente situado.

Vilém Flusser (2017) argumenta que o design atua no interior de um “mundo codificado”, no qual objetos e sistemas comunicam valores, intencionalidades e visões de mundo. Assim, projetar implica intervir nos códigos culturais que estruturam a experiência cotidiana.

Para Rafael Cardoso (2016), o design deve ser entendido como prática inserida em um “mundo complexo”, no qual artefatos, sistemas, instituições e sujeitos se articulam em redes dinâmicas. Essa perspectiva desloca o design de uma lógica linear de problema-solução para uma abordagem sistêmica, na qual decisões projetuais impactam dimensões culturais, econômicas e ambientais.

O design, nesse sentido, participa da organização da vida social, produzindo mediações entre diferentes escalas, setores e atores. Essa dimensão simbólica é aprofundada por Marcos Beccari (2016), ao compreender o design como prática de articulação de sentidos. Em vez de apenas configurar formas, o design opera na produção de significados e na organização simbólica do mundo. Essa ampliação conceitual permite compreender o design como campo potencialmente orientado à inovação social.

Para Ezio Manzini (2008; 2017; 2023; 2024), o design pode atuar como facilitador de processos colaborativos, promovendo soluções sustentáveis baseadas em redes de proximidade e na participação ativa dos cidadãos. A inovação social, nessa perspectiva, não se reduz a produtos, mas envolve a reorganização de práticas, relações e modos de vida.

De forma complementar, Victor Margolin (2004; 2022) propõe um modelo social de design, no qual o projetista assume responsabilidade ética diante das consequências sociais e ambientais de sua atuação. O design é concebido como prática sistêmica, atravessada por escolhas políticas e valores normativos.

Pensar em termos de sistema, de acordo com Lia Krucken (2009), significa articular as esferas ambiental e social no território, que se constitui como um campo sócio-geográfico dinâmico, moldado por interações e relações interdependentes, que se influenciam mutuamente.

A complexidade do campo também é abordada por Dijon de Moraes (2010), ao introduzir a noção de metaprojeto como estratégia de reflexão crítica sobre os próprios processos projetuais. O metaprojeto desloca o foco da solução final para o sistema de decisões, pressupostos e relações que sustentam o projeto.

De modo semelhante, Caio Adorno Vassão (2010) enfatiza a necessidade de ferramentas e estratégias capazes de lidar com a complexidade contemporânea, articulando ética, técnica e sistemas dinâmicos. Essa ampliação do escopo do design encontra ressonância nas abordagens ecológicas e regenerativas.

Em convergência com os demais autores, Tony Fry (2009; 2017) argumenta que o design participa da configuração de futuros e, portanto, deve assumir papel ativo na reconstrução de cidades e sistemas socioambientais. Ainda que com ênfase mais ampla na regeneração cultural e ambiental, Daniel Wahl (2016) também aponta para

a necessidade de práticas projetuais orientadas à sustentabilidade sistêmica e à transformação estrutural.

Entretanto, a literatura revela uma tensão constitutiva no campo. Se, por um lado, o design pode ser compreendido como prática ampliada de mediação social, inovação e transformação territorial, por outro, permanece frequentemente circunscrito a uma lógica instrumentalista, centrada na resolução pontual de problemas e na produção de artefatos. Essa ambivalência, já sinalizada nas diferentes abordagens teóricas, emerge de forma recorrente na análise empírica desta pesquisa.

Assim, estabelece-se a tensão central que atravessa este estudo: o design como campo ampliado, capaz de mediar processos sociais, articular redes colaborativas e incidir na produção do espaço, versus o design como prática instrumental, restrita à elaboração de soluções formais ou intervenções localizadas. A compreensão dessa dualidade é fundamental para avaliar em que medida a chancela de Cidade Criativa do Design se articula a processos efetivos de inovação social ou permanece limitada ao plano simbólico e institucional.

O pensamento transversal do design, de caráter transdisciplinar e estratégico, pode se constituir como um agente integrador da cultura de projeto e da inovação sociotécnica em processos dinâmicos e contínuos de transformação. Ao articular diferentes saberes, atores e escalas de atuação, o design opera como instrumento de mediação entre as múltiplas camadas que compõem um ecossistema - envolvendo poder público, setor produtivo, academia e sociedade civil - contribuindo para a construção de pontes relacionais e para o desenho de políticas públicas orientadas ao investimento, ao desenvolvimento e à consolidação de iniciativas inovadoras para o bem estar social.

Nessa perspectiva, consolida-se a noção de Design para Inovação Social, entendida como abordagem projetual voltada à criação de soluções colaborativas e facilitadoras, fundamentadas na sustentabilidade como valor estruturante de processos participativos de transformação social (Manzini, 2008). O design deixa de ser restrito à dimensão formal ou mercadológica e passa a atuar na configuração de sistemas, serviços e estratégias que promovem mudanças socioculturais e ambientais.

Conforme argumentam Ezio Manzini e Anna Meroni, o design pode desempenhar papel mediador no diálogo social necessário à transição para futuros mais sustentáveis, tanto do ponto de vista ambiental quanto social. Tal mediação implica a promoção de escolhas éticas e a construção de referências capazes de orientar novos modos de produção e consumo. Para os autores, essa transição demanda transformações na esfera sociocultural, incluindo educação e pesquisa orientadas à inovação social, bem como reflexão crítica voltada à mudança sistêmica de hábitos, comportamentos e estilos de vida.

Nesse contexto, o design contribui para fomentar práticas que reduzam impactos ambientais e promovam regeneração socioambiental, incentivando modelos baseados em menor consumo de recursos e maior responsabilidade coletiva. Assim, ao articular dimensões técnicas, culturais e políticas, o Design para Inovação Social configura-se como campo estratégico para a construção de processos participativos, sustentáveis e orientados ao bem comum.

Ao compreender o design como ferramenta estratégica para a inovação social - cuja mediação é centrada na comunidade, em suas interações e desdobramentos, demonstrando capacidade de lidar com incertezas e promover integração (Meroni, 2008) - projeta-se a possibilidade de um espaço urbano configurado como ecossistema criativo, orientado à inclusão, à diversidade, à resiliência e à sustentabilidade socioambiental. Nessa abordagem, o design atua não apenas como

prática projetual, mas como processo relacional que articula atores, saberes e contextos locais.

No âmbito do desenvolvimento sustentável das cidades criativas, a relação entre design e cultura revela-se multifacetada e interconectada. O design dialoga com a cultura de determinada sociedade, ao mesmo tempo em que a incorpora, interpreta e busca transformar, influenciando comportamentos e conectando indivíduos aos espaços que compartilham. Essa dimensão sociocultural fundamenta a afirmação de Victor Margolin de que “todo design é social”, uma vez que está inserido no domínio da cultura e participa ativamente da construção de significados e práticas sociais (Margolin, 2022 p.183).

Segundo Margolin, adotar uma perspectiva de design socialmente responsável implica reconhecer e articular as necessidades das pessoas aos contextos em que vivem, promovendo processos participativos junto às comunidades em seus bairros e territórios. O design, nesse sentido, pode incidir tanto sobre ambientes externos quanto internos, contribuindo para fortalecer o sentimento de pertencimento e promover o bem-estar humano. Tal abordagem demanda pesquisa aplicada e práticas orientadas por princípios de responsabilidade social, ética e compromisso com a melhoria das condições de vida.

Assim, ao integrar dimensões culturais, sociais e espaciais, o design socialmente orientado amplia sua atuação para além da produção de artefatos, consolidando-se como instrumento estratégico na construção de cidades criativas comprometidas com a justiça social, a sustentabilidade e a participação cidadã.

Em seu artigo de 2004 com foco no Design Industrial, Margolin cita como método de pesquisa a observação participativa, que facilita introduzir designers nos ambientes sociais, voltados à observação, diálogo e documentação das necessidades coletivas, que possam ser viabilizadas via intervenção do Design.

Em "Design para um mundo sustentável", o autor destaca planos de ação para designers, utilizando como base o relatório da conferência de Cúpula da Terra-Rio 92. O autor cita o exemplo de Jaime Lerner, então, prefeito de Curitiba, com sua ideia de "acupuntura urbana" pela qual pequenas intervenções pontuais podem gerar impactos positivos na cidade (Margolin, 2022 p.13).

Tony Fry faz referência ao papel político do Design na responsabilidade de pensar futuros para o bem comum, justificando que o "design nunca é neutro", tanto pode servir como subverter o complexo contexto atual. Segundo Fry, uma parte considerável do desenvolvimento sustentável serviu para "sustentar o insustentável", portanto se faz necessário fomentar uma "cultura de sustentabilidade" vinculada a um processo educativo para efetiva transformação da realidade (Fry, 2009 p.18).

Para Tony Fry, não há possibilidade de futuro sem a adoção de ações orientadas por uma cultura de sustentabilidade ecológica. O autor sustenta que a crise contemporânea resulta de um modelo civilizatório fundamentado na lógica da cultura industrial, responsável por processos de degradação ambiental, intensificação do aquecimento global e comprometimento das condições de existência no planeta. Esse cenário configura o que denomina "desfuturização" (defuturing), isto é, a produção sistemática de condições que inviabilizam futuros sustentáveis (Fry, 2009 p.125).

Fry também problematiza a noção de "classe criativa", amplamente difundida nos debates sobre cidade criativa, ao argumentar que tal perspectiva não antecipou a intensidade dos fluxos migratórios contemporâneos nem a complexidade sociocultural decorrente da urbanização acelerada. Segundo o autor, as cidades passaram a demandar não apenas gestão de novas tecnologias, mas também competências voltadas à mediação de conflitos interculturais e à construção de formas mais inclusivas de convivência urbana (Fry, 2017 p.55).

Ao conceber a cidade como um “evento de design”, Fry desloca ontologicamente a compreensão do urbano, entendendo-o como artefato projetado que reorganiza o modo de “ser-no-mundo” do sujeito. A urbanização transforma a vida cotidiana, redefine relações sociais e impõe novos desafios relacionados ao acesso a recursos, infraestrutura e condições de subsistência (Fry, 2017 p.60). Assim, o design deixa de ser restrito à escala do objeto e passa a ser entendido como prática estruturante das formas de habitar e produzir o espaço, o autor defende ainda o design sustentável na educação, bem como um “redesign do design” (Fry, 2009 p.190).

Embora a cidade permaneça como polo atrativo da vida contemporânea, favorecendo processos de aglomeração que resultam em megarregiões - frequentemente comparáveis, em escala, a nações - Fry alerta que a urbanização acelerada tem gerado pressões que superam a capacidade de acomodação e gestão dos territórios. O crescimento demográfico desordenado, aliado à insuficiência de infraestrutura e políticas sustentáveis, intensifica desigualdades e agrava a crise ambiental. Nesse contexto, o autor defende a necessidade de reorientar o design e o planejamento urbano para práticas comprometidas com a sustentabilidade sistêmica e com a reconstrução de futuros possíveis.

Fry defende que, frente a esses desafios, é necessário ser criada uma comunidade política, "cuja qualidade de vida se oponha ao hiperconsumismo, mas não necessariamente idealizada como uma construção utópica", e complementa que tanto as condições ambientais como geopolíticas em desenvolvimento darão origem a novos formatos de cidade (Fry, 2017 p.69).

Daniel Wahl aponta para o “Design de Culturas Regenerativas”, o que abrange as dimensões humanas, biológicas, sociais e culturais como partes indissociáveis do ecossistema. Essa abordagem compreende a visão de mundo voltada à

regeneração e resiliência do ecossistema como único caminho possível para a sustentabilidade socioambiental.

Os processos precisam ser colaborativos, por meio do vínculo afetivo entre pessoas e lugares, estimulando uma cultura de engajamento e cuidado com a vida, concebendo e integrando sistemas voltados à regeneração do tecido social e ambiental, revisitando novas culturas, práticas e valores sociais.

Segundo o autor, a cultura constitui um processo social que recria diversas expressões e “modos de vida”, e qualquer mudança cultural, feita de forma consciente, influencia nos valores e comportamentos sociais. O foco principal é regenerar os ecossistemas, integrando meio ambiente e bem-estar social (Wahl, 2016 p.23).

Wahl traduz Inovação Social como uma iniciativa criativa e experimental que abraça os desafios da vida cotidiana, buscando melhorar a vida das pessoas; tanto a tecnologia como o design podem influenciar nessas transformações sistêmicas, que visam resiliência e regeneração dos ecossistemas (Wahl, 2016 p.118).

Neste ponto, suas ideias convergem com Manzini no que tange ao processo de codesign, pelo qual todas as pessoas com seus variados modos de vida, atitudes e comportamentos, por meio do âmbito relacional estabelecido, planejam, projetam e desenham a cultura no mundo em que vivem. Wahl reforça a ideia de Manzini: “Somos todos designers”, acrescentando: “Somos todos ativistas!” (Wahl, 2016, p.480)

Para Wahl, o design tem um potencial transformador pela habilidade de integrar conhecimento transdisciplinar e pensamento sistêmico, que procura conectar cultura e consciência na forma como estrutura processos, por isso também precisa contemplar as dimensões ética, sociocultural e ecológica. No seu sentido mais amplo, coloca o Design como intenção expressa nas interações e relações

humanas, onde qualquer variação influencia e direciona para novos cenários (Wahl, 2016 p.234).

O autor conclui citando Manzini, com a Rede DESIS - Design para Inovação Social e Sustentabilidade - como inspiração para mudanças sustentáveis, onde a comunidade e as escolas de design podem ser condutoras de processos de transformação; bem como Tony Fry, com a *EcoDesign Foundation* que lidera o programa *Design Futures*, voltado à educação, pesquisas, estratégias e metodologias para formação de designers como agentes de transformação (Wahl, 2016 p.242-243)

Considerando o design como dimensão estratégica do desenvolvimento sustentável, entende-se que sua incorporação deveria atravessar transversalmente as políticas públicas das cidades que almejam avanços socioeconômicos consistentes e duradouros. Nessa perspectiva, o design atua como catalisador de inovação urbana, articulador de conexões socioculturais e potencializador de soluções para desafios contemporâneos complexos, tais como desigualdades territoriais, transição ecológica e inclusão produtiva. Assim, seria esperado que as diferentes secretarias e órgãos governamentais operassem de forma integrada, alinhando ações, programas e instrumentos de gestão aos compromissos assumidos no âmbito da Agenda 2030 e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), conforme diretrizes estabelecidas pela Organização das Nações Unidas.

No caso de Brasília, cidade concebida a partir de um projeto modernizador voltado à interiorização do desenvolvimento nacional, seu reconhecimento como Patrimônio Cultural da Humanidade e integrante da Rede de Cidades Criativas da Unesco reforça a necessidade de uma visão estratégica e sistêmica. Tal visão deve compreender o design não apenas como prática projetual, mas como instrumento estruturante de transformação social, capaz de integrar cultura, criatividade e

inovação sociotécnica em processos orientados à sustentabilidade socioambiental. Nesse enquadramento, o design configura-se como articulador entre políticas públicas, desenvolvimento territorial e resiliência sistêmica, contribuindo para consolidar uma governança colaborativa e orientada ao futuro.

## 2.1 O Design do Design

Design, segundo Flusser, “contém o termo *signum*” e tem origem no latim “*designare*”, portanto significa “designar”, projetar e esquematizar, se configurando como processo de direcionamento estratégico (Flusser, 2017 p.179). Nesse sentido, tanto pode inspirar uma consciência crítica e reflexiva, como favorecer e orientar comportamentos, para o bem ou para o mal. Para Flusser, “a cultura para a qual o design pode melhor preparar o caminho será aquela consciente de sua astúcia” (Flusser, 2017 p.182). Portanto, cabe ao Design a responsabilidade ética sobre o que desenha para o futuro.

Bruno Munari argumenta que, no campo do Design, não se pode projetar sem um método, tudo se inicia com uma pesquisa de campo, que vai se desdobrando pelo caminho. O método projetual do designer não deve ser absoluto nem definitivo, depende da criatividade e imaginação do projetista, que continuamente se adapta ao longo do processo (Munari, 1998 p.10-11).

Conforme argumenta Bruno Munari, o processo de projetar fundamenta-se em pesquisa, experimentação e visão sistêmica, exigindo a definição clara do problema e a escolha de um método adequado que oriente a análise e possibilite a validação dos resultados. Para o autor, o design não se reduz a um gesto intuitivo, mas configura-se como atividade metodológica que demanda pensamento estratégico e flexibilidade cognitiva, permitindo ao designer rever hipóteses e redirecionar caminhos à medida que novas evidências emergem no percurso projetual (Munari, 2024).

Munari complementa que projetar se fundamenta em pesquisa, experimentação e visão sistêmica, para definição do problema e do método apropriado, que oriente a análise e valide os resultados. Segundo Munari, o designer precisa ter um pensamento estratégico e uma mentalidade flexível para admitir mudanças de caminhos conforme as evidências, considerando que a vida continuamente se transforma (Munari, 2024 p.18).

Nesse sentido, o designer deve ser capaz de reconfigurar continuamente seu raciocínio a partir dos indícios observados, reconhecendo que o design não constitui um ato isolado, é um processo coletivo e contextual, construído em interação com múltiplos atores e condicionado por variáveis culturais, sociais e técnicas. O fazer projetual caracteriza-se, assim, como ciclo contínuo de observação, análise, reflexão e ação, que evolui progressivamente até alcançar “o melhor resultado possível com o mínimo esforço” (Munari, 2024, p. 168), evidenciando a dimensão racional e iterativa do método.

No desdobramento contemporâneo dessa perspectiva, conceitos como metadesign e metaprojeto ampliam o escopo da prática ao propor o “projeto do projeto”, isto é, a estruturação prévia de diretrizes metodológicas e referenciais estratégicos que orientem processos colaborativos e sistêmicos. Tal abordagem busca prospectar cenários, integrar sistemas de ação e mediação e estruturar modelos de referência adequados às complexas realidades socioculturais de um mundo marcado pela fluidez e pela constante transformação.

Trata-se, portanto, de uma dimensão conceitual e metodológica voltada ao “design do design”, que fortalece a capacidade do campo em atuar de forma estratégica, articulada e responsiva aos desafios contemporâneos. O termo originou da junção da palavra grega “meta”, que significa “além”, em conjunto com “design”, como desígnio, plano e intenção. Os termos se unem com o propósito de apresentar a importância do conhecimento transdisciplinar conectado à concepção estratégica e

ontológica, pois “criar, ajustar, desenvolver, e aprimorar ontologias” faz parte da essência do Metadesign (Vassão, 2020, p.21-37).

Nessa perspectiva de “Ontologia do Design”, Vassão corrobora com Manzini sobre a contribuição que acontece quando a referência de inovação parte da “base para cima” (*bottom-up*), permitindo dar voz a todos os participantes de forma gradual e tangível perante as relações que se estabelecem (Vassão, 2020 p.41).

A abordagem integra design, pesquisa e educação, como instrumento de transformação social perante os desafios contemporâneos que tanto impactam as experiências no contexto sociocultural e ambiental. O autor cita o exemplo do sistema de mobilidade mediante compartilhamento como modelo de abordagem “ecológica”, definindo ecossistema como entidade complexa, onde qualquer intervenção causa impacto no ambiente e na experiência vivida (Vassão, 2020).

Ao favorecer uma Cultura do Design, por meio do entendimento e da participação baseada nas inter-relações entre múltiplos atores, cidadãos, acadêmicos, gestores e designers, pode-se contribuir para o compartilhamento e construção de conhecimento, como pontes necessárias ao diálogo que cria vínculos. Conectar e integrar interações entre tantos setores, que muitas vezes se estruturam por níveis de complexidade, inclui avaliar e compreender seu impacto nos fluxos, na visibilidade, na percepção dos espaços, nas identidades socioculturais e no desenvolvimento de ações que possam gerar experiências urbanas que afetam o senso de pertencimento.

Segundo Dijon de Moraes, o Metaprojeto também se destina a uma reflexão crítica sobre os contextos socioculturais. O autor destaca que “a visão sistêmica aplicada ao design para a sustentabilidade contempla o campo socioambiental; dessa forma, o território é considerado como modelo de referência que une o social com o ambiente geográfico local” (Moraes, 2010 p.71).

De acordo com Lia Krucken, a noção de sistema articula as esferas ambiental e social, compreendendo o território como entidade sócio-geográfica dinâmica, constituída por interações e interdependências que se influenciam mutuamente em uma perspectiva sistêmica (Krucken, 2009, p.14). Nessa abordagem, o território não é apenas suporte físico, mas contexto relacional onde se entrelaçam recursos naturais, práticas culturais, saberes locais e processos produtivos. A autora observa que o cenário contemporâneo é marcado pela incerteza e pela complexidade das relações, o que exige estratégias adaptáveis e flexíveis, capazes de antecipar mudanças e responder a novos cenários emergentes.

Krucken sustenta que a inovação social somente se concretiza quando a comunidade participa ativamente dos processos de cocriação de ideias e soluções para os desafios cotidianos. A sustentabilidade, nesse sentido, demanda elevada participação social e avança por meio de uma visão holística, na qual o designer assume papel de mediador de processos colaborativos, atuando como agente “ativador de inovações colaborativas” e de interações sociais (Krucken, 2009, p.44; p.48). O design, portanto, ultrapassa a dimensão formal e estética, configurando-se como prática estratégica voltada à articulação de atores, saberes e recursos.

A inserção de uma cultura de projeto orientada à sustentabilidade socioambiental implica percursos diversos e requer compreensão aprofundada do contexto histórico e sociocultural em que se insere. Tal cultura tem origem na concepção dos espaços, que se transformam em lugares a partir das experiências vividas, das interações sociais e das percepções construídas coletivamente. Esses processos contribuem para a formação de memórias afetivas e para a construção de cenários futuros mais sustentáveis, nos quais território, identidade e participação social se articulam de forma integrada.

Particularmente, no que se refere a uma Cidade Criativa do Design, pode colaborar para interpretar os modos de ser e de viver da comunidade e cocriar futuros que possam influenciar e contribuir com a transformação social no território.

Marcos Beccari (2016), argumenta que o design não deve ser compreendido apenas como uma atividade de projeto voltada à funcionalidade ou solução de problemas, mas como uma mediação simbólica que articula signos, formas e narrativas capazes de mediar, criar e traduzir sentidos, configurando o que o autor denomina como múltiplos "modos de ser".

Beccari reporta ao design como uma linguagem simbólica que atua na mediação de realidades e culturas. As imagens simbólicas, significados, expressões e mediações estabelecidas com o mundo, que sugerem hábitos e modelam estilos de vida, perpassam pelo design. O autor propõe uma Filosofia do Design, para "investigar e dimensionar o imaginário contemporâneo do design" (Beccari, 2016 p.194), que compreende o ato criativo como experiência intelectual, emocional e afetiva.

Criar, traduzir e compreender são gestos simbólicos de mediação entre a humanidade e o mundo, e essa criação incorpora imaginação, razão e afetos, o que envolve experiência e reflexão para compreender o design, não como técnica ou profissão, mas como modo de pensar, de sentir e de existir no mundo. Assim, o design assume um papel central, como articulador no processo de transformação na esfera sociocultural, simbólica e existencial.

Segundo Beccari, o Design pode ser visto como "Articulação Simbólica do Viver" - que concilia relações entre o sujeito, o outro e o espaço que habita - e se revela como instrumento de compreensão, interpretação, tradução dos numerosos modos de se relacionar com o mundo, se configura como uma ponte simbólica que permite compreender, representar, reinventar e transformar a experiência humana na

dimensão sociocultural cotidiana. Beccari retoma o sentido original de arte, como articulação ou artifício, colocando o design como herdeiro da arte, por articular e organizar o mundo sensível, traduzindo como expressão simbólica de viver, embora essa seja uma questão bem polêmica entre designers.

Beccari justifica o Design como um mediador da relação humana com o mundo, com o outro e consigo mesmo, que visa colaborar com os processos simbólicos, na compreensão, na formação ética e cultural, nos modos de pensar, de ser e de viver. Coloca a Articulação Simbólica como ato de “redescrever” simbolicamente a experiência cotidiana, conectando sentidos, formas e memórias afetivas do imaginário contemporâneo.

Rafael Cardoso argumenta que o Design está em constante evolução, atuando como impulsionador de “um caminho que se revela ao ser percorrido” e o pensamento sistêmico é sua mais importante contribuição. Complementa que sua maior qualidade é a capacidade de construir pontes, dialogando entre campos de conhecimento segmentados e múltiplos saberes, possibilitando diversas interações e conexões. Concluindo que, “No mundo complexo em que vivemos, as melhores soluções costumam vir do trabalho em equipe e em redes” (Cardoso, 2016 p.175).

A ética no design, conforme discorre Cardoso, envolve a consciência dos designers em considerar os impactos sociais, ambientais e culturais de suas criações. Uma reflexão que envolve modos de existir e responsabilidade do design sobre o que produz. Ele argumenta que o design não pode ser visto apenas como uma prática voltada para a funcionalidade e a estética; deve também incorporar valores éticos que busquem o bem comum e a sustentabilidade. Para o autor, a ética no design está ligada ao respeito pelas necessidades humanas e pela preservação do meio ambiente, implicando que os designers devem estar conscientes do efeito de suas criações sobre a sociedade e o planeta.

## **2.2 Design Participativo, Inovação Social e Políticas**

Para que o design participativo assuma caráter emancipatório, é necessário promover a qualidade dos vínculos estabelecidos entre os atores envolvidos e fortalecer a autonomia nas redes colaborativas. Tal perspectiva articula design e educação orientados à inovação social, compreendida como propulsora das pesquisas em design para a sustentabilidade (Manzini, 2008, p. 13). Nessa abordagem, o processo projetual ultrapassa a dimensão técnica e passa a operar como prática social, capaz de estimular aprendizado coletivo, corresponsabilidade e transformação cultural.

Segundo Ezio Manzini, “falar em Design para Inovação Social é equivalente a falar em pesquisas em Design para a Inovação Social Transformadora”, especialmente em contextos nos quais a economia do conhecimento se encontra mais desenvolvida (Manzini, 2008, p. 69–98).

O autor destaca a relevância da constituição de comunidades de propósito - denominadas Redes Colaborativas Intencionais - organizadas a partir de interesses compartilhados, com vistas à construção de caminhos e direções conjuntas capazes de responder às demandas emergentes no âmbito social e político (Manzini, 2008). Tais redes configuram-se como espaços de experimentação e articulação de soluções sustentáveis, baseadas na cooperação e na criatividade distribuída.

Para projetar futuros sustentáveis de modo ético e responsável, Manzini (2017, p. 224) sustenta ser indispensável a interação entre o chamado Design Difuso - “quando todos fazem design” e o Design Especializado, exercido por profissionais com formação específica. Essa articulação requer, além do senso de pertencimento e da participação comunitária, a existência de marcos legais e políticas públicas orientadas à inovação social e à proteção do planeta. Trata-se da consolidação de uma “cultura do design”, na qual ações e conhecimentos se conectam em um

contínuo processo de codesign, posicionando o design como mediador estratégico de transformações sociotécnicas em direção à sustentabilidade.

Em “Políticas do Cotidiano”, Manzini cita "A Invenção do Cotidiano", de Michel de Certeau, quando traz ao contexto atual o que Certeau expõe como habilidade de traçar percursos mediante o contexto apresentado, como forma de resistência e ressignificação. Segundo Certeau, “transformações locais táticas” perante desafios e oportunidades, não questionam as estratégias que o sistema usa para reproduzir e tornar perene as suas relações de poder.

Certeau descreve a "cidade-conceito" como construção simbólica que representa tanto o ideal da modernidade quanto a sua complexa estrutura de funcionamento, fazendo crer que é um símbolo de progresso, inovação sociotécnica e desenvolvimento econômico, cuja narrativa de "modernidade" é projetada tanto para solucionar a vida cotidiana quanto monitorá-la.

Certeau tece considerações sobre essa perspectiva que ignora a práxis cultural e usos cotidianos de seus habitantes. O que demonstra que a vida na cidade não pode ser completamente planejada ou controlada, pois depende muito da forma como é vivida e experienciada, de maneira muitas vezes imprevisível. Contextualiza que a "cidade-conceito", definida pelo discurso utópico e urbanístico, está em constante transformação e apropriação. Ao fazer referência à relação entre espaço e tempo na organização urbana, critica o funcionalismo que prioriza o tempo e o progresso em detrimento do espaço (Certeau, 2014 p.160-161).

Contudo, Manzini defende que a Inovação Social tem sim a capacidade de romper com essa estrutura, pois os atores envolvidos escolhem alternativas estratégicas que, mesmo que aconteçam em escala local, podem gerar transformações sistêmicas, onde a comunidade "criativa" se reinventa e cria novos modos de vida colaborativos, baseados muitas vezes no compartilhamento de

espaços e serviços que dão origem às novas formas de ser e de fazer (Manzini 2019 p.90).

O autor acrescenta que, pela sua complexidade, as políticas da vida cotidiana e os movimentos de regeneração urbana podem facilitar uma "Economia Colaborativa" para a reconstrução do tecido social da cidade. Manzini defende a importância de uma "Comunidade Criativa" que conecta pessoas, especialistas, instituições públicas e ativistas sociais na construção de um ambiente favorável à inovação, com atividades de Design que operam em diferentes escalas, que reorientam a trajetória rumo a uma "Inovação Social Transformadora" (Manzini, 2019, p. 99-102)

Gabriel Patrocínio, em seu Livro "Design e Desenvolvimento, 40 anos depois", confirma a importância da inserção do Design como ferramenta integradora nos governos para enfrentar problemas complexos de gestão e desenhar políticas públicas. Segundo o autor, não se fala mais unicamente em "políticas de design", mas também no "design de políticas" (Patrocínio 2018, p.12). O Design contribui para a promoção do desenvolvimento estratégico, na economia e na sociedade, ao trazer para o setor público e para o ambiente empresarial o resultado de uma conexão entre as ferramentas de educação, pesquisa e inovação.

Entretanto, para políticas efetivas é necessária a participação cidadã, e para chegar nesse ponto, o Design Participativo pode ser inserido. Frente aos desafios cotidianos e novas tecnologias continuamente implementadas, o pensamento do design voltado a descobertas, desenvolvimento e disponibilização de ideias em espaços colaborativos é de grande valor estratégico, possibilita a criação de condições para que soluções sejam pensadas também no âmbito da economia circular, tanto para maximizar recursos quanto para minimizar o impacto ambiental.

Para uma continuidade, que Manzini chama de "Normalidade Transformadora", essa rede colaborativa precisa ter objetivos comuns, com valores relacionais, cujas

escolhas levam em conta a sociedade na sua totalidade, consolidando assim, uma "Democracia Participativa" que dá voz aos projetos de vida - mesmo que a princípio individuais - agora voltados para a coletividade, incluindo e fortalecendo a capacidade de transformação social (Manzini, 2019 p. 99-109-111). As Comunidades Criativas assim estabelecidas, como "Empreendimentos Sociais Difusos", tem o propósito de se auto-organizar de forma colaborativa e ativa para a busca de resultados para o bem comum, pois somente uma ação coletiva tem a possibilidade de construir ambientes favoráveis à sustentabilidade socioambiental (Manzini, 2023 p.19).

A abordagem de Manzini é de que pessoas criativas e colaborativas dão vida a novas ideias e soluções inovadoras, gerando novos modos de pensar e fazer, utilizando inclusive as tradições ancestrais para integrar os diversos saberes, como recursos e "tecnologias reinterpretadas". Ou seja, tecnologias "comuns" utilizadas de maneira original para organizar um ecossistema facilitador de conhecimento compartilhado, como um caminho que viabiliza tanto o diálogo como a ação, onde a escuta ativa e a confiança mútua colaboram para a regeneração de cidades como bens comuns - "Essa viabilidade imediata de dar passos conjuntos em direção à sustentabilidade que é a mensagem mais importante que a inovação social está nos passando" (Manzini, 2023 p.21).

Para Manzini, o caminho da Inovação Social perpassa por coalizões de design e práxis culturais colaborativas, que possam agregar estilos de vida e saberes coletivos em um contexto intencional, cujos objetivos possam se voltar à equidade e responsabilidade socioambiental. Coalizões de Design procuram favorecer o diálogo, a criação de vínculos e a interação sociocultural, transmutando os espaços em lugares de escuta empática, expressão e pertencimento.

Em processos colaborativos é possível criar conexões que levam a escolhas conscientes. "Designers do Cotidiano" (Manzini, 2023), compartilham

responsabilidade ao pensar com a comunidade, e todos aprendem com as experiências a conciliar visões de mundo, construindo valores éticos que se transformam em bem comum.

Manzini defende que a “Cultura de Design” faz parte de um sistema colaborativo que facilita o processo de aprendizagem e produz ações significativas que viabilizam o bem comum social, criando um “círculo virtuoso” de conexão e resiliência que levam à regeneração de espaços, que assim se tornam lugares significativos (Manzini, 2023 p.34 e 129). Em seu livro “Proximidade Habitável”, Manzini relaciona a proximidade e o cuidar nas cidades por meio do design social e participação em comunidades intencionais, capazes de gerar lugares de pertencimento, vínculos e propostas para o bem comum.

Lucy Niemeyer (2017) reflete sobre o termo “design social”, como atividade colaborativa que visa solucionar desafios da vida cotidiana em comunidades vulnerabilizadas. Contudo, aponta que todo design já influencia socialmente e cabe ao designer assumi-lo como prática social responsável. O termo codesign, que envolve “projetar com as pessoas”, faz referência à interação entre equipes multidisciplinares e a comunidade, conectando os múltiplos saberes para cocriação de realidades. Niemeyer considera metodologias participativas e tecnologias sociais, inseridas em processos de Inovação Social, como um “Design da Esperança”.

Os grupos de codesign tem como objetivo integrar pessoas envolvidas nos processos de design, desenvolvendo ideias com uma linguagem comum, direcionada para as micropolíticas da vida cotidiana. Nesse sentido, o Design Colaborativo para Inovação Social carrega o potencial de contribuir para a transformação urbana por meio de parcerias entre instituições público-privadas, incluindo a participação cidadã, colaborando de forma orgânica e especializada para construir ambientes favoráveis à criatividade que acolha a diversidade na Capital da Esperança.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa exploratória. Considerando a complexidade do objeto investigado, a incorporação da chancela de Cidade Criativa do Design em Brasília e seus desdobramentos simbólicos, institucionais e territoriais, optou-se por um percurso metodológico capaz de apreender sentidos e narrativas presentes nos discursos e nas práticas sociais.

A investigação combinou diferentes estratégias, articuladas de forma complementar. A primeira estratégia envolveu análise documental de materiais institucionais, relatórios, documentos oficiais e registros relacionados à chancela de Cidade Criativa do Design, permitindo examinar o discurso formal da política e seus enquadramentos institucionais.

A segunda estratégia consistiu na realização de entrevistas semiestruturadas, conforme orientações metodológicas de Jorge Duarte e Antônio Barros (2005). A entrevista semiestruturada possibilita aprofundamento temático, ao mesmo tempo em que preserva abertura para que os participantes expressem percepções, experiências e interpretações próprias sobre o objeto investigado.

Para o tratamento do material empírico, adotou-se a análise de conteúdo, conforme sistematizada por Laurence Bardin (2020). Essa técnica possibilita a organização sistemática do corpus, por meio de etapas de pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, favorecendo a identificação de categorias e padrões recorrentes.

Considerando a presença de materiais visuais e midiáticos no corpus, foram consultadas também técnicas qualitativas multimídia, conforme orientações de Virginia Braun e Victoria Clarke (2019), bem como as contribuições de Marcus Banks (2009) sobre o uso de dados visuais na pesquisa qualitativa. Essas abordagens permitiram integrar documentos, imagens e registros digitais à análise interpretativa,

ampliando a compreensão das estratégias simbólicas associadas à política investigada.

Conforme argumenta John W. Creswell (2021), a pesquisa qualitativa é apropriada quando se busca compreender significados atribuídos por indivíduos ou grupos a determinado fenômeno social. Nessa perspectiva, o foco desloca-se da mensuração para a interpretação, privilegiando a análise contextualizada das experiências e discursos.

De modo convergente, Norman Denzin e Yvonna Lincoln (2015) defendem que a investigação qualitativa opera em um campo interpretativo, no qual a realidade social é compreendida como construída, negociada e atravessada por relações de poder. Assim, o conhecimento produzido não é neutro, mas situado, exigindo reflexividade e explicitação dos pressupostos teóricos que orientam a análise.

No contexto brasileiro, Maria Cecília Minayo (2016) enfatiza que a pesquisa social qualitativa articula teoria, método e criatividade, permitindo captar dimensões simbólicas e institucionais que não se revelam por meio de abordagens exclusivamente quantitativas. Tal orientação mostra-se particularmente pertinente para analisar políticas urbanas e discursos institucionais, cujos efeitos ultrapassam indicadores formais e se manifestam em práticas, percepções e narrativas.

Quanto à sua natureza, esta pesquisa caracteriza-se como exploratório-analítica. É exploratória porque investiga fenômeno ainda pouco sistematizado no contexto específico analisado; e analítica porque busca interpretar criticamente as relações entre discurso, território e estrutura institucional, à luz do referencial teórico previamente estabelecido.

### **3.1 Produção dos dados empíricos**

A produção dos dados empíricos fundamentou-se em duas técnicas complementares - análise documental e entrevistas semiestruturadas em consonância com procedimentos consagrados nas pesquisas qualitativas em ciências sociais aplicadas (Minayo, 2016).

A combinação dessas fontes teve por finalidade (i) situar a chancela de Brasília como Cidade Criativa do Design no plano discursivo-institucional e (ii) compreender, a partir das narrativas de atores diretamente implicados no ecossistema criativo do Distrito Federal, os sentidos, tensões e condições percebidas para sua efetivação.

A análise documental foi orientada à contextualização da chancela e de seus marcos de formulação/implementação. Foram examinados documentos oficiais, relatórios institucionais, materiais de divulgação e conteúdos produzidos por órgãos públicos e instituições envolvidas na candidatura e/ou gestão da chancela.

O objetivo foi identificar diretrizes, justificativas, promessas públicas e repertórios de legitimação (simbólicos e estratégicos) mobilizados na narrativa institucional sobre a Cidade Criativa do Design e sua articulação com agendas de desenvolvimento urbano, cultura, inovação e sustentabilidade.

As entrevistas semiestruturadas constituíram o principal instrumento de coleta, por permitirem explorar de forma aprofundada percepções, experiências e interpretações, preservando flexibilidade na condução do diálogo e na emergência de temas relevantes (Duarte, 2006).

O roteiro foi elaborado a partir do problema de pesquisa e dos objetivos do estudo, em interface com os eixos conceituais do referencial teórico, contemplando: (a) significado e relevância atribuídos ao título; (b) experiências, iniciativas e formas de apropriação associadas à chancela; (c) relações entre design, políticas públicas e

inovação social; (d) desafios e oportunidades para governança, participação e territorialização; e (e) proposições e recomendações formuladas pelos participantes.

Foram realizadas dez entrevistas com designers, gestores públicos e especialistas vinculados ao ecossistema criativo do Distrito Federal. A seleção dos participantes seguiu amostragem intencional, com critérios de inclusão orientados pelo envolvimento direto com a candidatura de Brasília à Unesco, pela atuação em instituições públicas e paraestatais relacionadas à política cultural e econômica, tais como ACDF, Fecomércio, Sebrae, Sesc e Setur, pelo reconhecimento técnico e acadêmico (UnB e UCB) e pela atuação profissional no campo do design (ABD, Adegraf, Adepro), buscando compreender a percepção dos atores sobre a chancela e sobre inovação social.

As entrevistas ocorreram de modo presencial ou remoto, no período de 22/05/2025 a 10/07/2025, foram gravadas mediante consentimento e transcritas integralmente, compondo o corpus analítico desta pesquisa.

### **3.2 Estratégia de análise dos dados**

A análise dos dados empíricos foi realizada por meio de análise temática de conteúdo, voltada à interpretação dos sentidos e das racionalidades práticas expressas nas falas dos entrevistados.

Em termos metodológicos, a análise de conteúdo é compreendida como um conjunto de procedimentos sistemáticos de tratamento do material verbal que permite identificar núcleos de sentido, padrões de recorrência, tensões e variações discursivas, articulando descrição e interpretação (Goldenberg, 1997; Minayo, 2016).

Esta pesquisa adotou uma perspectiva interpretativa, reconhecendo que o material empírico não oferece “fatos” brutos, mas narrativas situadas, atravessadas por posições institucionais, trajetórias e disputas de sentido. O processo analítico

seguiu etapas sucessivas e articuladas: (1) leitura flutuante e organização do corpus (transcrições e documentos selecionados); (2) codificação inicial de trechos relevantes, com atenção a expressões recorrentes, metáforas, justificativas, problemas relatados e expectativas; (3) agrupamento dos códigos em unidades de sentido; (4) consolidação de temas/subtemas (eixos interpretativos) e refinamento de fronteiras analíticas; e (5) construção de inferências e interpretações, em diálogo com o referencial teórico e com a contextualização documental.

Importa explicitar que, embora a pesquisa compartilhe com ações participativas, uma preocupação com a dimensão política do conhecimento e com a utilidade social da reflexão (Tripp, 2003), o desenho adotado não se configura como pesquisa-ação em sentido estrito, uma vez que não incluiu ciclos de intervenção, devolutivas sistemáticas e replanejamento no campo.

A menção a tais referenciais cumpre, aqui, a função de situar a postura reflexiva do estudo e sua atenção à relação entre discursos, práticas e efeitos institucionais no território.

### **3.3 Categorias analíticas e eixos interpretativos**

A partir do percurso metodológico descrito, foram definidas categorias analíticas que orientaram a interpretação dos dados empíricos. As categorias foram construídas de modo articulado: por um lado, dialogam com o referencial teórico e com o problema de pesquisa (dimensão mais dedutiva); por outro, foram ajustadas à luz da recorrência e da densidade temática observadas nas entrevistas (dimensão mais indutiva).

Assim, as categorias não são “gavetas” prévias, mas operadores analíticos para organizar a interpretação e tornar rastreável a passagem do material empírico às inferências.

As quatro categorias centrais são:

a) Sentidos atribuídos à chancela de Cidade Criativa do Design

Categoria voltada à análise das interpretações, expectativas e formas de apropriação simbólica e institucional associadas ao título, incluindo suas ambivalências (prestígio/reconhecimento versus baixa materialização percebida).

b) Design como mediação em processos sociais

Categoria que examina como os participantes compreendem o design para além da dimensão estética ou técnica, enfatizando seu potencial mediador em processos sociais, institucionais e territoriais, bem como os limites para sua incorporação efetiva em políticas e práticas.

c) Limites institucionais e territoriais da inovação social

Categoria dedicada à identificação de barreiras estruturais e contextuais, tais como descontinuidade administrativa, centralização decisória, fragmentação de redes e desigualdades territoriais, que condicionam a efetivação de iniciativas alinhadas à chancela e à inovação social.

d) Distância entre discurso institucional e experiência urbana

Categoria que analisa tensões entre o discurso oficial da cidade criativa e as experiências narradas no cotidiano urbano, com atenção à participação social, à distribuição territorial de benefícios e às fraturas entre planejamento e vivência.

No interior dessas categorias, a leitura do corpus evidenciou eixos interpretativos recorrentes, que funcionam como subtemas transversais e ajudam a detalhar os achados sem competir com a estrutura categorial. Esses eixos foram: (1) percepções sobre a chancela (relevância simbólica, reconhecimento institucional,

desconhecimento social, identidade urbana); (2) experiências e ações relacionadas ao design e à agenda de sustentabilidade/ODS (projetos culturais e educativos, design participativo, integração com políticas públicas, sustentabilidade socioambiental); (3) desafios e oportunidades (articulação entre atores, continuidade institucional, potencial criativo das regiões administrativas, infraestrutura e acesso à informação); e (4) propostas e recomendações (arranjos de governança, parcerias intersetoriais, laboratórios/estruturas de pesquisa-aplicação, apoio a iniciativas periféricas).

A análise empírica (Capítulo 4) organiza-se pelas quatro categorias analíticas, mobilizando esses eixos como elementos internos de interpretação e exemplificação.

### **3.4 Considerações éticas e limitações da pesquisa**

A pesquisa observou os princípios éticos aplicáveis às investigações em ciências sociais, assegurando consentimento informado, preservação de identidade e confidencialidade. As entrevistas foram gravadas mediante autorização e transcritas integralmente, com tratamento de anonimização quando necessário. Entre as limitações do estudo, destaca-se o número restrito de entrevistas e o recorte situado do campo, o que não permite generalizações estatísticas. Todavia, em pesquisas qualitativas, o objetivo central é aprofundar a compreensão de sentidos, racionalidades e condições de possibilidade, conferindo densidade interpretativa ao fenômeno analisado (Minayo, 2016). Também se reconhece que o acesso desigual a informações institucionais e a heterogeneidade de envolvimento dos participantes com a chancela podem produzir variações na profundidade e na especificidade dos relatos, aspecto incorporado analiticamente como dado e não como “ruído”.

## **4 ANÁLISE EMPÍRICA DOS DADOS**

Este capítulo apresenta a análise dos dados empíricos produzidos a partir de entrevistas semiestruturadas realizadas com designers, gestores públicos e especialistas vinculados ao ecossistema criativo do Distrito Federal. A investigação concentra-se na interpretação dos sentidos atribuídos pelos participantes à chancela de Brasília como Cidade Criativa do Design (Rede de Cidades Criativas da Unesco) e às concepções sobre o papel do design no contexto urbano e institucional.

Conforme a abordagem qualitativa interpretativa adotada, a análise empírica não pretende mensurar impactos ou avaliar a efetividade normativa da chancela, mas compreender percepções, expectativas, tensões e limites narrados pelos entrevistados, identificando convergências e recorrências discursivas que permitam problematizar a relação entre reconhecimento institucional e materialização territorial.

O procedimento analítico consistiu na leitura sistemática das transcrições, codificação dos trechos relevantes e agrupamento em unidades de sentido, organizadas em quatro categorias analíticas: (4.1) sentidos atribuídos à chancela; (4.2) design como mediação; (4.3) limites institucionais e territoriais; e (4.4) distância entre discurso institucional e experiência urbana. Ao final, a seção 4.5 sintetiza os principais achados, preparando a discussão teórica desenvolvida no capítulo seguinte.

### **4.1 Sentidos atribuídos à chancela de Cidade Criativa do Design**

Esta categoria examina os sentidos atribuídos pelos entrevistados à chancela de Brasília como Cidade Criativa do Design, focalizando: (i) o significado do título no ecossistema criativo local; (ii) expectativas associadas ao reconhecimento internacional; e (iii) percepções sobre sua visibilidade e apropriação social.

De modo geral, os discursos indicam que a chancela é reconhecida como marco institucional relevante e como ativo simbólico associado ao reconhecimento internacional e à projeção da cidade. Entretanto, a análise temática evidencia que esse reconhecimento é percebido predominantemente como simbólico: a chancela aparece como “título” e “selo” com valor reputacional, mas cuja tradução em programas, políticas e benefícios percebidos no cotidiano urbano ainda é considerada limitada.

As expectativas iniciais relatadas pelos participantes enfatizam a possibilidade de fortalecimento da economia criativa e de articulação intersetorial, bem como a abertura de oportunidades para formação, redes e visibilidade. Ao mesmo tempo, emergem narrativas de desconhecimento e de compreensão limitada sobre a chancela, inclusive entre profissionais do campo, com recorrentes menções à baixa comunicação pública e ao reduzido senso de pertencimento social. Em síntese, a categoria evidencia uma ambivalência: o título é simultaneamente valorizado como reconhecimento e criticado por sua baixa materialização, operando como símbolo potente e como política ainda pouco territorializada.

#### **4.2 Design como mediação em processos sociais**

A segunda categoria analítica examina como os entrevistados compreendem o papel do design enquanto prática de mediação e intervenção em processos sociais, institucionais e territoriais. A análise indica que o design é frequentemente descrito como prática que ultrapassa a dimensão estética, associando-se à resolução de problemas, ao desenho de serviços, à facilitação de processos colaborativos e à articulação entre atores. Contudo, essa compreensão não é homogênea. Enquanto parte dos entrevistados mobiliza uma concepção ampliada (design como processo, interface e abordagem transversal), outros apontam que o termo “design” ainda é pouco inteligível para parcelas da população o que, por vezes, restringe a uma ideia de estética, moda ou comunicação visual. Esse aspecto aparece como um obstáculo

para a ampliação do design como linguagem pública e como instrumento de participação. Os discursos também destacam limites enfrentados pelo design enquanto prática mediadora: falta de institucionalidade, recursos e continuidade; fragilidades na articulação entre governo, associações e academia; e ausência de dispositivos permanentes (por exemplo, estruturas de coordenação, núcleos de pesquisa-aplicação, programas de formação e espaços de experimentação). Em alguns trechos, o design surge mais como retórica legitimadora do que como prática efetivamente incorporada à governança pública. Assim, a categoria mostra que o potencial do design como mediação é reconhecido, mas sua realização depende de condições institucionais e sociotécnicas que sustentem processos colaborativos no território.

#### **4.3 Limites institucionais e territoriais da Inovação Social**

Esta categoria analisa limites institucionais e territoriais apontados pelos entrevistados como condicionantes para a efetivação da chancela e para o fortalecimento de iniciativas de inovação social vinculadas ao ecossistema criativo. Os depoimentos mencionam de forma consistente a centralização institucional e a concentração de decisões e investimentos como barreiras para o desenvolvimento de ações continuadas e com capilaridade territorial.

Outro limite recorrente é a descontinuidade das políticas públicas, associada a mudanças frequentes de gestores, reorganizações administrativas e variações de prioridades ao longo dos ciclos de governo. Essa instabilidade é interpretada como entrave à construção de políticas de Estado e à institucionalização de uma agenda de médio e longo prazo. Do ponto de vista territorial, os entrevistados enfatizam a distância entre o Plano Piloto e as regiões administrativas, destacando desigualdades de infraestrutura, de acesso à informação, de oportunidades e de reconhecimento simbólico. A análise temática evidencia que tais limites são percebidos como estruturais, relacionados à forma como a cidade foi produzida e

governada, e não como problemas pontuais. Em consequência, iniciativas associadas à chancela tendem a permanecer concentradas em circuitos institucionais e em determinados segmentos do ecossistema criativo, com baixa incorporação de territórios periféricos e de seus repertórios produtivos e culturais.

#### **4.4 Distância entre discurso institucional e experiência urbana**

A última categoria examina tensões entre o discurso institucional da cidade criativa e as experiências urbanas narradas pelos participantes. Os discursos reconhecem que a narrativa institucional sobre a cidade criativa é bem articulada e coerente com repertórios históricos e culturais de Brasília, frequentemente vinculados ao modernismo, à arquitetura e ao planejamento urbano. Entretanto, a análise revela uma distância entre esse discurso e a experiência cotidiana, especialmente no que se refere à participação social nos processos de governança da chancela e à percepção de benefícios concretos no território. Em diversos relatos, a cidade criativa aparece como “marca” ou como promessa, mas sem corresponder a práticas contínuas de inclusão, territorialização e reconhecimento das regiões administrativas.

Ao mesmo tempo, alguns entrevistados assinalam potencialidades: a chancela pode funcionar como plataforma de articulação e de legitimidade para redes, projetos colaborativos e políticas que conectem design, educação, cultura e sustentabilidade. A categoria, portanto, sintetiza uma tensão central do corpus: o reconhecimento institucional é forte, mas a transformação do discurso em experiência urbana depende de mecanismos participativos, de comunicação pública, de continuidade e de capilaridade territorial.

#### **4.5 Considerações parciais da análise empírica**

A análise empírica desenvolvida neste capítulo permite compreender como a chancela de Brasília como Cidade Criativa do Design é percebida por atores do

ecossistema criativo do Distrito Federal e quais condições são apontadas como necessárias para sua efetivação. Os resultados evidenciam que a chancela é predominantemente compreendida como reconhecimento simbólico, associado à valorização internacional e à projeção institucional, mas ainda opera de modo limitado como política territorial. É recorrente a percepção de que o título possui relevância simbólica e estratégica. Um dos entrevistados sintetiza essa expectativa ao afirmar: “É um título muito relevante para Brasília. Eu acho que a Unesco, quando pensou nas cidades criativas, foi exatamente pensando na economia criativa, pensando nos ODS, na sustentabilidade, tudo dentro da agenda 2030” (E1). Em convergência, menciona-se o potencial de projetar Brasília como referência regional no campo do design: “quando se pensar em Design no Brasil e na América do Sul, Brasília seja referência” (E1).

Ao mesmo tempo, emergem diagnósticos sobre baixa apropriação social e insuficiência de comunicação pública. Em um trecho representativo, observa-se a necessidade de engajamento e pertencimento: “Divulgar e trazer essa sensação de pertencimento. Quem não participa, não vai ter essa sensação de pertencimento” (...) E como eu coloco a população para participar, senão através de um design social, um projeto inovador como transformação de territórios?”(E5); outro entrevistado complementa que “O primeiro desafio é Brasília se conhecer” (E7). Também aparece, de forma recorrente, a constatação de desconhecimento populacional: No plano institucional, os discursos convergem para a centralidade da continuidade administrativa e da governança. Diversos participantes reiteram a necessidade de “criar políticas públicas de estado; não políticas públicas de governo” (E1/E2/E4/E6/E7/E8/E9/E10). Associada a isso, destaca-se a importância de institucionalizar instâncias permanentes e representativas - frequentemente mencionadas como comitê ou conselho gestor - capazes de articular governo, associações, academia, setor produtivo e territórios. Quanto ao design, os resultados indicam uma concepção ampliada e heterogênea. De um lado, o design é

definido como processo e mediação, com potencial para incidir em políticas públicas e na transformação de territórios. De outro, persistem equívocos conceituais e restrições semânticas, que tendem a reduzir sua inteligibilidade e a dificultar sua apropriação pública.

Por fim, os limites institucionais e territoriais reforçam a hipótese de que a efetivação da chancela depende de mecanismos que conectem reconhecimento a ações continuadas, participativas e territorializadas. As considerações parciais aqui apresentadas não esgotam a complexidade do fenômeno investigado, mas oferecem subsídios analíticos para a discussão desenvolvida no Capítulo 5.

#### **4.6 Propostas e recomendações sugeridas pelos participantes**

Esta seção sistematiza encaminhamentos mencionados nas entrevistas como implicações derivadas dos achados apresentados nas seções 4.1 a 4.5.

- Criação de conselho gestor permanente.
- Constituição de núcleo de pesquisa voltado a novas abordagens com foco em Design para Inovação Social.
- Proposição de estruturação de plataforma digital para disseminação de projetos colaborativos.

Mesmo diante de desafios de visibilidade, articulação, percepção e senso de pertencimento pela comunidade, a maioria dos especialistas considera o título uma oportunidade para fortalecimento do ecossistema criativo e para a consolidação de políticas públicas com capilaridade territorial.

## 5 DISCUSSÃO

Este capítulo discute os achados empíricos apresentados no Capítulo 4 (seções 4.1 a 4.6), articulando-os ao referencial teórico mobilizado na dissertação e à contextualização documental sobre a chancela de Brasília como Cidade Criativa do Design (Unesco). A discussão retoma as quatro categorias analíticas adotadas, (i) sentidos atribuídos à chancela; (ii) design como mediação; (iii) limites institucionais e territoriais; e (iv) distância entre discurso institucional e experiência urbana, para interpretar implicações mais amplas, tensões e condições de possibilidade para a materialização do título no território. O objetivo, portanto, não é ampliar o conjunto de “resultados”, mas aprofundar a interpretação do que emergiu nas entrevistas, explicitando convergências, contradições e chaves analíticas.

### **5.1 Da utopia modernizadora à cidade plural: a chancela entre o reconhecimento e a materialização**

Os depoimentos analisados sugerem, predominantemente, que a chancela opera como reconhecimento simbólico de uma imagem consolidada de Brasília, associada ao urbanismo modernista, à arquitetura, a multiculturalidade e repertórios de “cidade planejada”, e, simultaneamente, como promessa de futuro vinculada a agendas de desenvolvimento, inovação e sustentabilidade.

Essa dupla condição (reconhecimento + promessa) ajuda a compreender a ambivalência identificada nos dados: de um lado, o título é narrado como capital simbólico e oportunidade de projeção; de outro, como marca institucional cuja tradução em políticas, programas e benefícios distribuídos é percebida como limitada ou descontinuada.

A discussão ganha densidade quando se observa que o “prestígio” atribuído ao título convive com um *déficit* de comunicabilidade e apropriação pública. Em vários relatos, a chancela não aparece como referência cotidiana para a população, nem

como eixo estruturante de Políticas de Estado. Nesse ponto, os achados dialogam com a literatura que distingue “cidade concebida” e “cidade vivida” (Lefebvre), indicando que a produção de narrativas oficiais, ainda que legitimadoras, não garante, por si, territorialização de direitos, participação e benefícios. O efeito é a manutenção de uma chancela forte no plano discursivo e frágil na sua institucionalização prática.

Quando os entrevistados mencionam iniciativas e eventos associados ao campo do design e da economia criativa, o que se evidencia não é ausência de atividade, mas dificuldade de consolidá-las como programa continuado, com governança, recursos, metas e mecanismos de acompanhamento.

O tema da governança aparece, então, como eixo de interpretação: a falta de arranjos permanentes (por exemplo, instâncias colegiadas, comitês ou conselhos com representação intersetorial e suprapartidária) tende a produzir ações episódicas e vulneráveis à descontinuidade administrativa. Essa leitura é consistente com o que o próprio corpus sugere: há repertórios de ações, mas o sistema institucional que permitiria cumulatividade e capilaridade territorial aparece como incompleto.

A comparação com experiências de outras cidades (mencionadas no material empírico e em documentos consultados) deve ser entendida como contraste analítico e não como classificação de “boas práticas”.

O que interessa, à luz dos achados, é identificar quais condições institucionais são percebidas como favoráveis à materialização do título: (i) estruturas de coordenação e governança; (ii) integração entre poder público, universidades e setor produtivo; (iii) instrumentos de comunicação pública e engajamento; e (iv) desenho de ações territorializadas.

Assim, a principal contribuição interpretativa desta seção é a seguinte: o problema não é a inexistência de iniciativas, mas sua baixa integração em uma estratégia pública e territorial de médio e longo prazo.

## **5.2 Cidade planejada e território usado: distância, visibilidades e participação**

A segunda chave de discussão retoma o contraponto entre a cidade planejada e a experiência vivida. Os relatos analisados indicam que Brasília é percebida como espaço atravessado por desigualdades e por formas desiguais de acesso à infraestrutura, serviços, mobilidade e reconhecimento, especialmente quando se comparam o Plano Piloto e diversas Regiões Administrativas.

Essa leitura empírica reforça a pertinência de mobilizar Milton Santos: o “território usado”, isto é, o território apropriado por práticas, afetos, deslocamentos e conflitos, ajuda a compreender por que a chancela, quando não se converte em política territorial, tende a permanecer concentrada em circuitos institucionais e em segmentos específicos do ecossistema criativo.

O diálogo com Ferrara contribui para interpretar o tema das visualidades e visibilidades urbanas. A imagem modernista de Brasília, reiterada por discursos oficiais e por repertórios de distinção, pode operar como dispositivo de visibilidade seletiva: enfatiza certos signos urbanos e apaga trajetórias, trabalho e experiências que sustentam a cidade real.

Essa tensão emerge nos dados sob a forma de “distância entre discurso e experiência”, categoria que ganha força quando os entrevistados apontam baixa participação social na governança da chancela e pouca capilaridade de ações em territórios periféricos.

A discussão também permite qualificar o papel atribuído ao design. Em vez de aparecer apenas como “estética” ou “evento”, o design é interpretado, nas falas, como mediação: instrumento para traduzir problemas públicos, organizar processos colaborativos, produzir protótipos e articular redes.

Essa leitura dialoga diretamente com Manzini, ao situar a inovação social como processo apoiado em redes colaborativas e em práticas cotidianas capazes de reconfigurar sistemas sociotécnicos. Contudo, o próprio material empírico aponta limites: a mediação só se realiza quando há dispositivos institucionais (laboratórios, programas, financiamento, formação, dados abertos, canais de participação) que sustentem a colaboração para além de experiências pontuais.

Nessa perspectiva, a chancela pode ser compreendida como “plataforma simbólica” com potencial de conexão, mas apenas se for acompanhada de instrumentos públicos que criem horizontalidades (Santos) e ampliem o direito à cidade (Lefebvre). Assim, a distância entre a rede global (marcada por relações verticais, circulação de prestígio e intercâmbios formais) e o território (marcado por necessidades cotidianas e desigualdades) constitui um achado interpretativo central: a materialização do título depende de converter reconhecimento em processos participativos e territorializados.

### **5.3 Implicações analíticas: condições de possibilidade para territorializar a Cidade Criativa do Design**

A partir das interpretações construídas, é possível sintetizar três condições de possibilidade, inferidas do corpus, para que a chancela avance do plano simbólico ao plano programático-territorial:

(i) Governança e continuidade: institucionalizar instâncias estáveis de coordenação intersetorial e suprapartidária, com capacidade de pactuar prioridades, metas e mecanismos de monitoramento.

(ii) Capilaridade e equidade territorial: orientar ações e investimentos por critérios de desigualdade e de acesso, ampliando presença em regiões administrativas e reconhecendo repertórios locais como parte do ecossistema criativo.

(iii) Mediação e infraestrutura sociotécnica: sustentar o design como mediação por meio de dispositivos de pesquisa-aplicação (laboratórios, núcleos de formação, redes com universidades), comunicação pública e abertura de canais participativos.

Essas implicações não devem ser lidas como um “plano de ação” normativo, mas como síntese interpretativa dos sentidos e das tensões que emergiram nas entrevistas. Elas funcionam como ponte para as Considerações Finais, nas quais se explicitam as contribuições do estudo, seus limites e possibilidades de aprofundamento.

Ao encerrar a discussão, ressalta-se que a dissertação contribui ao evidenciar a chancela como dispositivo simbólico com forte potencial de articulação, mas cuja efetivação depende de institucionalização, participação e territorialização.

As Considerações Finais retomam, portanto, (a) a contribuição analítica do trabalho, (b) as limitações do recorte empírico e (c) uma agenda de pesquisa e reflexão aplicada que pode orientar desdobramentos futuros.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve como objetivo analisar como a chancela de Brasília como Cidade Criativa do Design, concedida pela Unesco, é percebida e interpretada por designers, gestores públicos e especialistas atuantes no Distrito Federal.

Buscou-se compreender os sentidos atribuídos ao título, o papel conferido ao design no desenvolvimento urbano e os limites institucionais e territoriais associados à sua efetivação. Para tanto, a pesquisa adotou abordagem qualitativa, de caráter exploratório, com base em entrevistas semiestruturadas com gestores, designers e especialistas, cujos dados foram examinados por meio da análise temática de conteúdo, permitindo identificar recorrências, tensões e categorias interpretativas emergentes.

O percurso teórico estruturou-se a partir de três eixos analíticos principais: o conceito de cidade criativa, o espaço urbano entendido como produto social e político e o design concebido como prática de mediação em processos sociais e institucionais. Essa articulação possibilitou a construção de um enquadramento analítico capaz de situar a chancela de Cidade Criativa do Design no contexto urbano, histórico e institucional de Brasília, evitando tanto abordagens normativas quanto leituras estritamente celebratórias da criatividade e do design.

Ao privilegiar uma perspectiva crítica e contextualizada, o estudo contribui para ampliar a compreensão das possibilidades e dos desafios implicados na consolidação do título no território investigado. Os resultados da análise empírica indicam que a chancela de Brasília como Cidade Criativa do Design, concedida pela Unesco, é predominantemente compreendida pelos entrevistados como reconhecimento de natureza simbólica. Tal reconhecimento associa-se à valorização internacional da cidade e à legitimação discursiva do design enquanto campo estratégico para o desenvolvimento. Entretanto, segundo os participantes, essa

legitimação não se converte, de maneira consistente, em políticas públicas estruturadas, programas contínuos ou transformações perceptíveis no território. A chancela tende a permanecer circunscrita a determinados circuitos institucionais, sendo frequentemente percebida como distante tanto do cotidiano profissional dos designers quanto da experiência urbana da população.

A análise revelou, ainda, a diversidade de interpretações acerca do papel do design. Parte dos entrevistados o reconhece como prática de mediação, capaz de articular atores, saberes e processos colaborativos em dinâmicas de inovação social. Outros, contudo, atribuem-lhe sentido mais restrito, vinculado à execução de projetos pontuais ou à dimensão formal e técnica da atividade, ainda vista como elitista. Essa heterogeneidade de compreensões reflete não apenas a ausência de consensos conceituais no campo, mas também os limites impostos por arranjos institucionais fragmentados e por condições territoriais que condicionam a atuação do design em processos mais amplos de transformação urbana e social.

Os limites institucionais e territoriais identificados ao longo da análise reforçam a compreensão de que a efetivação da chancela de Brasília como Cidade Criativa do Design, concedida pela Unesco, depende de condições estruturais que extrapolam a concessão formal do título. A centralização dos processos decisórios, a descontinuidade das políticas públicas, a fragilidade na articulação interinstitucional e as persistentes desigualdades socioespaciais configuram fatores recorrentes que condicionam a circulação, a apropriação e o alcance das ações vinculadas à chancela no Distrito Federal.

Tais elementos evidenciam que o reconhecimento internacional, por si só, não garante a consolidação de práticas estruturadas e territorialmente distribuídas. A distância entre o discurso institucional da cidade criativa e as experiências urbanas relatadas pelos entrevistados sintetiza uma das principais tensões apontadas pela pesquisa. Embora a retórica da criatividade e da inovação seja reconhecida como

potente no plano simbólico, sua materialização prática encontra entraves que dificultam a construção de processos mais participativos, descentralizados e alinhados às realidades locais. Essa dissociação sugere que a chancela ainda opera predominantemente como dispositivo de legitimação simbólica, do que indutora de transformações estruturais no território, revelando a necessidade de articulação mais consistente entre discurso, governança e práticas efetivas de inovação social.

Um desafio central para Brasília consiste em se reconhecer como cidade plural, por meio das experiências vividas cotidianamente que evidenciam a fragmentação e as distâncias historicamente produzidas no seu território. Tal movimento implica em fomentar redes colaborativas horizontalizadas e núcleos de codesign para conexão e participação cidadã, favorecendo o diálogo em suas dinâmicas internas.

Ao mesmo tempo, isso requer atenção direcionada à comunicação e linguagem que estruturam a experiência vivida e condicionam os modos de apropriação urbana. Como uma via de mão dupla para integração do território, o fortalecimento dessas conexões aliado às estratégias de visibilidade, podem contribuir diretamente para a reinvenção da cidade, refletindo na identidade urbana compartilhada e senso de pertencimento. Mais que um desafio, trata-se de uma possibilidade de reconhecer a alma da cidade para conectá-la a uma experiência coletiva de bem comum.

Do ponto de vista metodológico, a utilização da análise temática de conteúdo mostrou-se adequada à interpretação dos sentidos atribuídos pelos participantes, ao permitir a identificação de padrões discursivos, tensões e recorrências sem perder de vista a singularidade das narrativas. A explicitação das categorias analíticas no capítulo metodológico assegurou maior transparência ao processo interpretativo e fortaleceu a coerência entre referencial teórico, procedimentos de coleta e análise dos dados, contribuindo para a consistência interna do percurso investigativo.

Entre as limitações do estudo, destaca-se o número delimitado de entrevistas e o recorte circunscrito ao contexto do Distrito Federal, especificamente à realidade de Brasília, o que não autoriza generalizações para outras cidades integrantes da Rede de Cidades Criativas da Unesco. Tais delimitações, entretanto, são compatíveis com a abordagem qualitativa e exploratória adotada e não comprometem a densidade analítica alcançada, uma vez que o objetivo do estudo concentrou-se na compreensão aprofundada de sentidos e interpretações situadas.

Como contribuição, a pesquisa oferece uma leitura crítica e contextualizada da chancela de Cidade Criativa do Design, evidenciando as tensões entre reconhecimento institucional, organização socioespacial do território e práticas efetivamente associadas ao design. É necessário ampliar o estudo e o debate acadêmico sobre cidades criativas, design e inovação social, ressaltando a importância de considerar a participação cidadã e as políticas institucionais e territoriais que moldam a apropriação e a materialização desses discursos no espaço urbano.

Por fim, espera-se que os resultados possam subsidiar investigações futuras, estimulando análises comparativas entre cidades brasileiras e internacionais, bem como aprofundamentos empíricos acerca dos impactos e limites das políticas vinculadas à cultura e à criatividade. Mais do que oferecer respostas conclusivas, esta dissertação propõe fomentar um debate crítico sobre o papel do design como mediação estratégica para conexões colaborativas, atento às especificidades dos territórios e às dinâmicas sociais que condicionam suas possibilidades de transformação social e desenvolvimento urbano sustentável.

## REFERÊNCIAS

BANKS, Marcus. **Dados Visuais para Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009, 176p.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Coimbra: ed.70, 2020, 281p.

BECCARI, Marcos. **Articulações Simbólicas: uma nova filosofia do design**. Teresópolis RJ: 2AB, 2016 256p.

BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. **Coleta de Dados Qualitativos** : um guia prático para técnicas textuais, midiáticas e virtuais. Petrópolis, RJ : Vozes, 2019.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: UBU, 2016, 213p.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis RJ: Vozes, 2014. 320 p.

CORREIA, A. M. R.; MESQUITA, A. **The role of life long learning (LLL) in the creation of a European knowledge- based society**. In: Encyclopedia of Human Resources Information Systems: Challenges in e-HRM. Information Science Reference: New York, 2009.

COSTA, Lucio. **Brasília, cidade que inventei. Plano Urbanístico de Brasília**. \_\_\_\_\_.**Brasília Revisitada**. 1987 Carta. Relatório do Plano Piloto de Brasília.; Registro de uma vivência. São Paulo: Empresa das Artes, 1995. Elaborado ArPDF, Codeplan, DePHA. Brasília: GDF, 1991.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto** 5. ed. – Porto Alegre: Penso, 2021. E-pub.

DENZIN, Norman; LINCOLN, Yvonna. **The Sage Handbook of Qualitative Research** - Manual SAGE de Investigación Cualitativa. Vol. IV , Sage 2015, Barcelona

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005 380p.

FLORIDA, Richard. **O grande recomeço: as mudanças no estilo de vida e de trabalhos que podem levar à posteridade pós-crise**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010

FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: UBU, 2017. 224p.

FREITAS, Grace. **Brasília e o projeto construtivo brasileiro**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007

FRY, Tony. **Reconstruções: ecologia, design, filosofia**. São Paulo: Edusp, 2009. 230p. \_\_\_\_\_. **Remaking cities: an introduction to urban metrofitting**. Londres: Library of Congress Cataloging-in-Publication, 2017

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2024. ISBN 978-85-970-2098-4

HOLSTON, James. **A Cidade Modernista: uma crítica de Brasília e sua utopia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993 362p.

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

LANDRY, Charles. **Cidade Criativa: a história de um conceito**. Em A. C. REIS, & P; \_\_\_\_\_. **Origens e Futuros da Cidade Criativa**. São Paulo: SESI, 2013, 96p.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. São Paulo: Centauro, 2001. 4ª reim. 2013 \_\_\_\_\_. **Espaço e Política: O Direito à Cidade vol. II**, 2016 \_\_\_\_\_. **A Revolução Urbana**; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2019 \_\_\_\_\_. **La Producción Del Espacio**. Madrid: Capitán Swing Libros, 1974 E-book: 2020 ISBN: 978-84-122192-3-4

LEITÃO, Cláudia Sousa (org). **Criatividade e Emancipação nas Comunidades - Rede: contribuições para uma economia criativa brasileira**. São Paulo: Martins Fontes, 2023

MANIÇOBA, Regina. **Criação de Regiões Administrativas no Distrito Federal e o histórico da definição de seus limites geográficos**. Revista Eletrônica: Tempo - Técnica - Território, v.10, n.2 (2019),p.01:30 ISSN: 2177-4366. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/ciga>

MANZINI, Ezio. **Design para inovação social e sustentabilidade**, Ed. UFRJ 2008; \_\_\_\_\_. **Quando Todos Fazem Design: uma introdução ao design para inovação social**, RS: Unisinos, 2017; \_\_\_\_\_. **Políticas do cotidiano**, SP: Blucher, 2023; \_\_\_\_\_. **Proximidade habitável**, SP: Blucher, 2024;

MARGOLIN, Victor. **A Política do Artificial: ensaios e estudos sobre design**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2022. \_\_\_\_\_. **Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa**. Revista Design em Foco, • v. I nº1 • Jul./Dez. 2004. UFBA Bahia Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66110105>

MERONI, Anna. **Strategic Design Research Journal**. RS: Unisinos, 2008.  
Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/view/5567>

MINAYO, Maria Cecília. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016

MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010. 228p.

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 3ª Edição 2015, 380p. \_\_\_\_\_. **Design como arte**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2024. 272 p. Epub ISBN 978-65-5691-143-4

NIEMEYER, Lucy. **Design da Esperança: design para inovação social, caminhos a seguir**, p. 71-86. *Design e Inovação Social - Vol. 2*. São Paulo: Blucher, 2017. ISBN: 9788580392647, DOI 10.5151/9788580392647-04

OLIVEIRA, Alfredo; FRANZATO, Carlo; DEL GAUDIO, Chiara; **Ecovisões Projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil**. São Paulo: Blucher, 2017 ePUB

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação**. Petrópolis: Vozes, 1987 200p.

PATROCÍNIO, Gabriel; NUNES, José Mauro. Orgs. **Design e Desenvolvimento: 40 anos depois**. São Paulo: Blucher, 2018. 264 p. E-book

REIS, Ana Carla. **Cidades Criativas: da teoria à prática**. São Paulo: SESI-SP, 2012. 236p. \_\_\_\_\_. **Cidades Criativas: perspectivas** / Ana Carla Fonseca Reis, Peter Kageyama, (orgs.). São Paulo: Garimpo de soluções, 2011.

RIBAS, Otto (org.) **Visões de Brasília: patrimônio, preservação e desenvolvimento**. Brasília: IAB, 2005, 120p.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Edusp, 2020. \_\_\_\_\_. **O Espaço do Cidadão**. Edusp, 2020. \_\_\_\_\_. **Metamorfoses do Espaço Habitado**. São Paulo: Edusp, 2008, 2021.

TEIXEIRA, Eduardo; ABREU, Leonardo; CORRÊA, Sílvia. **Técnicas de Pesquisa para Design**. Ensaios sobre Economia Criativa. Rio de Janeiro: ESPM-TopBooks, 2018 195p

TRIPP, David. **Pesquisa-ação: uma introdução metodológica**. Artigo: Educação e Pesquisa, 2005 DOI: 10.1590/S1517-9702200500030000

VASSÃO, Caio Adorno. **Metadesign**: ferramentas, estratégias e ética para a complexidade. São Paulo: Blucher, 2010. 130p.

VIDAL, Laurent. **De Nova Lisboa a Brasília**: a invenção de uma capital (séculos XIX-XX). Brasília: UnB, 2009 352p.

WAHL, Daniel. **Design de Culturas Regenerativas**. Rio de Janeiro: Bambual, 2016.

Unesco» ODS; Agenda 2030. Dossiês

Relatório Mundial da Diversidade Cultural, 2009.

Fórum Cidades Criativas do Design da Unesco 2024: Brasília, Curitiba e Fortaleza  
DOI: <https://doi.org/10.29327/5457226.1-209>

Brasília, além do Plano Piloto: memórias das “cidades-satélites”  
[https://artsandculture.google.com/story/bras%C3%ADlia-al%C3%A9m-do-plano-piloto-mem%C3%B3rias-das-%E2%80%9Cidades-sat%C3%A9lites%E2%80%9D/BgWBbG\\_8284yKAhttps://www.archdaily.com.br/br/998586/uma-breve-historia-das-cidades-s-satelites-de-brasilia](https://artsandculture.google.com/story/bras%C3%ADlia-al%C3%A9m-do-plano-piloto-mem%C3%B3rias-das-%E2%80%9Cidades-sat%C3%A9lites%E2%80%9D/BgWBbG_8284yKAhttps://www.archdaily.com.br/br/998586/uma-breve-historia-das-cidades-s-satelites-de-brasilia)

[https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/711947/DF\\_Brasilia\\_P008\\_R0056.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/711947/DF_Brasilia_P008_R0056.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Administração Regional de Ceilândia. Conheça a RA. 2019. Disponível em:  
<<http://www.ceilandia.df.gov.br/>>. Acesso em: jan. 2019.

CODEPLAN. RA III – TAGUATINGA. Estudo Urbano Ambiental. Disponível em:<<http://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Estudo-Urbano-Ambiental-Taguatinga.pdf>>. Acesso em: jan. 2020.

ARQUIVO PÚBLICO DO DISTRITO FEDERAL. Taguatinga: ontem e hoje. Brasília, Cadernos de Pesquisa – 12, p. 50.

Disponível em:<<http://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Estudo-Urbano-Ambiental-Taguatinga.pdf>>. Acesso em: jan. 2020.

IPHAN. Roteiro dos acampamentos pioneiros no Distrito Federal. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Organização Carlos Madson Reis, Sandra Bernardes Ribeiro; elaboração do texto, José Mauro de Barros Gabriel, Brasília-DF, 2016. 52 p. isbn: 978-85-7334-305

## APÊNDICE

### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE[1]

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa sobre “*Brasília - Cidade Criativa do Design: Pensada por Designers na Esfera da Inovação Social*”. Sou a pesquisadora responsável e a minha área de pesquisa é Design, Espaço e Mediações, que faz parte do Mestrado do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade de Brasília - PPG Design UnB.

Após ler com atenção este documento e ser esclarecido (a) em todas as suas dúvidas sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte deste estudo, assine ao final da página que está disponibilizada em duas vias, que será assinada por esta pesquisadora também, sendo uma delas entregue ao participante desta pesquisa. Os dados coletados para esta pesquisa têm a garantia de sigilo e privacidade dos participantes entrevistados, bem como dos dados coletados. Em caso de dúvida, você poderá entrar em contato com esta pesquisadora via WhatsApp, por mensagem de texto ou ligação para o telefone +5561999882738 ou mesmo pelo e-mail: [eneidamsfigueiredo@gmail.com](mailto:eneidamsfigueiredo@gmail.com) Em caso de dúvidas sobre os seus direitos como participante nesta pesquisa, você poderá também entrar em contato com a Orientadora Prof. Dra. Daniela Fávaro Garrossini, no e-mail: [daniela.garrossini@gmail.com](mailto:daniela.garrossini@gmail.com) - Departamento de Design da UnB - Campus Universitário Darcy Ribeiro, ICC Norte, Subsolo, Módulo 18, Asa Norte, Brasília-DF, CEP: 70910-900.

#### Participante

Declaro que concordo em participar da pesquisa “*Brasília - Cidade Criativa do Design: Pensada por Designers na Esfera da Inovação Social*”.

Brasília-DF | Data:

Nome:

Assinatura:

#### Pesquisador

Participei do processo de obtenção do termo de consentimento livre e esclarecido

Nome:

Assinatura:

---

Resolução CNS nº 466 de 2012 define O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE - Os participantes terão acesso aos resultados da pesquisa cujos dados coletados serão utilizados apenas para esta pesquisa, mas poderão ser armazenados para estudos futuros após submetido à análise de um Comitê de Ética em Pesquisa do PPG Design UnB.

## ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

### **Título da pesquisa:**

*"Brasília - Cidade Criativa do Design: Pensada por Designers na Esfera da Inovação Social"*

**Pesquisadora:** Eneida M. S. Figueiredo

PPG Design - Universidade de Brasília - UnB

**Profa. Orientadora:** Dra. Daniela Fávaro Garrossini

Programa de Pós-Graduação em Design - UnB

### **Objetivo do instrumento:**

Este roteiro de entrevista visa coletar percepções, experiências e propostas de especialistas, gestores e atores do setor criativo sobre os impactos e possibilidades do título de "Cidade Criativa do Design" concedido pela Unesco à cidade de Brasília. A entrevista compõe a fase qualitativa de uma pesquisa exploratória com foco na inovação social, desenvolvimento urbano sustentável e papel do design participativo no território.

### **Orientações ao(à) entrevistado(a):**

*A entrevista tem caráter confidencial e os dados serão utilizados apenas para fins acadêmicos. A participação é voluntária e pode ser interrompida a qualquer momento. A entrevista tem duração estimada de 30 a 45 minutos. Com sua permissão, a entrevista será gravada para posterior transcrição e análise.*

### **Roteiro de Perguntas:**

1. Qual a sua percepção sobre o título de Brasília como Cidade Criativa do Design? *(Você considera relevante? Por quê? Que impactos esse título pode ter?)*
2. Você conhece ou participou de alguma iniciativa, projeto ou política relacionada a esse título? *(O que foi feito até agora? O que poderia ser fortalecido?)*
3. Você acredita que o título teve ou pode ter impacto nas políticas públicas do DF? *(Em que medida essa chancela pode influenciar ações concretas?)*
4. Na sua opinião, de que forma o design pode contribuir para a inovação social em Brasília? *(Quais áreas ou temas se beneficiariam mais disso?)*
5. Quais são, na sua visão, os maiores desafios e as principais oportunidades para que Brasília se torne uma cidade criativa, humana, inclusiva, resiliente e sustentável? *(Brasília Cidade Criativa do design inclui as R.As)*
6. Que propostas ou recomendações você daria para fortalecer a integração entre governo, universidades, associações, habitantes e comunidade de designers nas R.As? Há algo mais que gostaria de acrescentar ou sugerir para aprofundar essa reflexão?

## **ENTREVISTA 01**

### **E1.R1**

É extremamente relevante. Se a gente pensar que somos 5.500 cidades né, e apenas no Brasil são 14 cidades criativas no Brasil e isso dividido nos vários selos, significa que nós compomos 0,014%, apenas essas cidades tem esse título, então é um título muito relevante para Brasília. Eu acho que a Unesco, quando pensou nas cidades criativas, foi exatamente pensando na economia criativa, pensando nos ODS, na sustentabilidade, tudo dentro da agenda 2030. Então assim, eu acho que a gente tem feito um trabalho, para que Brasília não só conheça, mas tenha um sentimento de pertencimento e da importância que é esse título. Essa é a minha percepção.

### **E1.R2**

Eu, (...), estou como subsecretário do Turismo e sou o ponto focal do GDF para esse título. A gente já fez participação internacional e vários eventos aqui no distrito federal, depois que a gente assumiu, né? Como o ponto focal do título, a gente deu um certo destaque, hoje a gente vê que foi feita até uma pós-graduação na área de Economia Criativa, certo? E hoje os eventos de design não só começaram a proliferar dentro do Distrito Federal, mas nós começamos a nos mostrar para o Brasil e para o mundo com mais, como eu posso falar, mais evidência né, mostrando o nosso espaço. Hoje a gente vê que toda cadeia produtiva, todo ecossistema do Design tem conversado, a gente vê que as grandes entidades do Distrito Federal tem criado câmaras específicas, institutos específicos, diretorias específicas, tudo com tema Design, hoje a câmara legislativa reconhece esse título, reconhece o grande trabalho que o designer faz. Então assim, a gente tem tentado fortalecer o setor, é uma das coisas que a gente tem que fazer é exatamente isso né? conversar com os outros selos da economia criativa, mas fortalecer o selo que foi dado para nós, e é isso que nós temos buscado, certo? tentando criar políticas públicas de estado, né? não políticas públicas de governo, que entra governo sai governo, muda!

Então nós queremos deixar aqui um legado para a posteridade. No ano passado no Fórum, eu tive a palavra num dos eventos que nós fizemos, inclusive foi na Universidade Católica, e estava cheio de alunos e o que eu falei foi exatamente que, o que nós estamos fazendo hoje é preparando o futuro deles, porque a gente tem que aumentar o mercado de trabalho. Eu espero que Brasília seja realmente um polo irradiador de pensamento, quando se pensar em Design no Brasil - América do Sul - Brasília seja referência.

### **E1.R3**

Eu acredito que muito pouco foi feito, isso eu acredito, né? Mas eu tenho certeza que a gente tem que fazer muita coisa e nós podemos fazer muita coisa, quando eu falei que a gente tá tentando fazer uma divulgação maior desse título, porque Brasília tem que ter o sentimento de pertencimento, sabe? eles têm que entender que eles têm esse título, sabe? a hora que Brasília toda entender o tamanho desse título, gente, nós vamos dar alguns saltos, não serão pulinhos não, serão saltos, tá? Brasília tá num clube muito exclusivo desse título e, por exemplo, eu abri um SEI, que é o nosso sistema, para tentar colocar um Totem

no aeroporto, para quando as pessoas chegarem, estar escrito: \_"Você está entrando na Cidade Criativa do Design", você entendeu?

Então assim, a gente tem que divulgar mais nas faculdades, a gente tem que divulgar mais nas escolas, nas regiões administrativas, você entendeu? só que isso a gente não pode só esperar o Estado fazer, todo o ecossistema tem que estar junto, nós temos que estar juntos, o nosso secretário de turismo foi muito feliz quando em uma conversa que a gente teve, ele falou: \_ (...), a nossa missão é trabalhar para o setor produtivo, trabalhar para academia, trabalhar para o desenvolvimento de Brasília, é fazer com que as pessoas ganhem dinheiro, é fazer com que as pessoas possam sustentar suas famílias, é fazer com que as pessoas que fizeram o curso de Design, elas tenham um campo de trabalho.

Então assim, a gente tem que dar as mãos para poder fazer isso, sabe? e Somos Todos, tá? todas as associações, todas as entidades envolvidas, junto com o governo, meu primeiro contato que tive com o pessoal de design, eu falei: \_ Olha, a minha caneta é de vocês, me ajudem a fazer uma política pública, porque ninguém melhor para dizer a necessidade de design do que o próprio designer. Então eu acho que esse governo atual, tem uma sensibilidade e uma visão incrível, sabe (...) preparado, que abre campos e tem esse entendimento, e a gente precisa estar juntos para isso, eu espero sim, que com a maturidade que eu tô vendo de todo o setor, todo ecossistema junto com o governo, a gente vai alcançar e ir bem longe, eu espero que não haja retrocesso em próximos governos (...)

A chancela pode não, deve influenciar! Quando você se candidata ao título, qual é uma das funções que a cidade começa a ter, é o desenvolvimento, certo, daquele setor da economia criativa, então no caso o setor nosso que seria o design, nós temos o compromisso com o design; Brasília, o Estado tem um compromisso de fortalecer, só que isso vai ocorrendo conforme vai se demandando, você já viu algumas palestras minhas e eu sempre falo: \_ o Estado tem que ser provocado, tem que provocar o tempo todo, e de novo, é um estado que responde rápido, né? Você vê que por exemplo, nós fizemos aqui um Fórum que tá entrando para a história, certo? lugar nenhum do mundo fez, nós vamos ter um encontro mundial agora em *Enghien-les-Bains*, lá em Paris, e nós pedimos um espaço para fazer uma apresentação, nós queremos fazer essa apresentação para o mundo, para eles entenderem a forma como Brasília pensa, e a forma como Brasília se uniu para fortalecer esse título, eu espero sinceramente que uma hora a gente tenha uma área específica só para desenvolvimento de pensamento.

Costumo dizer que tem três setores na sociedade, a primeira é agricultora, Brasília não tem essa característica de agricultura, nós temos alguns polos né? Nós temos morango, nós somos um grande produtor de morangos, agora acabamos de fazer uma rota do vinho, com uma produção maravilhosa de vinho. Nós temos 5 prêmios do queijo em Brasília, se criou a rota do queijo, no Brasil ainda tá sendo lançado né? Mas nós não temos aquele espaço da agricultura forte, o segundo seria a indústria, mas não temos espaço para indústrias grandes porque nós não temos "Rios Caudalosos", para poder jogar os dejetos.

Qual é a nossa tendência? Serviço - Pensamento - em Brasília, a UnB é prova disso, é uma universidade referência no país. Nós temos que investir no que nós temos de melhor, que são as pessoas e o poder de prestar serviço. Então "Pensamento", esse talvez seja o nosso

grande investimento, por isso que eu falo que meu sonho é talvez um dia, velhinho que seja, mas eu espero não estar tão velho, é ver que Brasília está exportando Pensamento na área de Design.

#### **E1.R4**

Eu estou como subsecretário da pasta, e o turismo é um tema muito transversal né? O turismo está um pouco na cultura, um pouco na educação, um pouco na saúde, para você ter ideia nós estamos preparando agora um evento internacional de vigilância sanitária, e isso é turismo né? também. E como turismo, eu vejo o design, o design está em todas as áreas, certo? Seja na mobilidade, seja na educação, seja na saúde, certo? Seja no trânsito, sabe? Então assim, o design ele pode não, ele tem que estar em todas as áreas do governo, se a gente pensa em inovação, se a gente pensa em futuro; um dia desse eu vi uma blogueira americana que descobriu Brasília, agora! 65 anos depois de Brasília, ela descobriu Brasília e estava abismada! Ela falou \_ Olha, tem uma cidade futurista que foi feita para o futuro! E isso é Brasília, uma cidade que, com apenas 27 anos, se tornou Patrimônio Cultural da Humanidade. Então assim, nós temos que cuidar para que Brasília sempre seja essa “cidade do futuro”. E nós vamos ficar velhos, e se a gente não tiver os designers certo, fazendo essa inovação, discutindo, certo? isso junto com todas as questões sociais, junto com habitação, segurança e todos os problemas que uma cidade quando cresce dá, a gente está fadado a ser uma ex! Então espero que Brasília sempre seja uma cidade do futuro, e eu espero que Design tenha esse reconhecimento, e que esteja em todas as áreas. Vocês podem, não, vocês devem fazer Brasília sempre ser a “cidade do futuro”.

#### **E1.R5**

Bacana, o desafio é nosso, o desafio é nosso! Brasília tem a facilidade de ser a capital do país, nós estamos a poucos quilômetros, é até ruim falar km porque as pessoas pensam que é muito, estamos a 2/3 km do poder central, tem secretaria que é até mais perto, a menos de 1 km do poder central. Para ter uma ideia, ontem eu estive num evento junino no Ministério do Turismo que é bem perto, daria para ir a pé, engraçado que aqui se pega Uber para andar poucos quilômetros, quando se está na Europa, 2 a 3 km você faz a pé no resto do mundo, né? Eu participei de um evento onde uma das associações estava mudando de diretoria e alguém falou exatamente sobre o reconhecimento da categoria de Design, eu virei para a associação e falei que talvez seja de vocês e de todas as associações a responsabilidade maior disso, exatamente por estarmos em Brasília. Então, nós temos essa facilidade, é a primeira coisa que temos que entender; nós abrimos uma conversa muito grande com todo o setor (...) sem fazer distinção de bandeira, dá para conversar com todo mundo e tentar atender a todos sem distinção (...) É sociedade, é comunidade, é povo de Brasília e nós vamos atender todos e nós vamos ouvir todos, nós vamos abrir a oportunidade para todos. Tem uma entidade que eu adoro, chama-se *Fersona*, sou fã, lá no Sol Nascente ou seja a Universidade De Brasília, que tem reconhecimento mundial, certo?

Aqui a gente conversa com todo mundo e tenta atender a todos, às vezes sai um ou outro chateado, poxa a minha entidade não foi tão ouvida, eu queria atender a todo mundo, a gente não faz essa diferença; hoje estamos num bom momento, porque há diálogo e podemos obter respostas, mas, como falei, ainda temos que avançar muito. Na questão de

sustentabilidade, não sei se você acompanhou, o nosso Governador esteve em Dubai para tratar de sustentabilidade.

Brasília hoje é uma cidade que está na ponta quanto a Sustentabilidade! Brasília é uma cidade que está na ponta sobre o cumprimento de ODS! Brasília é uma cidade que está na ponta sobre Economia Criativa; nós temos o "Panorama da Economia Criativa" que foi feita por um professor universitário da Católica, professor Alexandre Kieling, que mostra que Brasília é uma cidade que mais investe e que entra muito dinheiro e movimenta muito dinheiro. A Economia Criativa talvez seja a grande tendência Mundial, eu vou passar para você, até como fonte de estudos, um relatório que foi feito em 2024, a Secretaria de Economia está renovando ele junto com a Codeplan.

Mas só para você entender como nós estamos na ponta, nessa nossa apresentação na França, é uma das coisas que nós queremos exatamente mostrar, certo? A responsabilidade de Brasília quanto à sustentabilidade, no ano passado na conferência da Unesco em Braga, eu lembro que eu estava numa palestra onde uma cidade do Norte Europeu, tinha o título de Cidade da Literatura porque uma professora lia livros para 50 crianças, eu tô falando de cidades, cidades com 2 mil a 3 mil habitantes. Brasília tem 2 milhões e 980 mil - Cidade Estado - o que eu pensei: \_ Poxa, nesse exato momento em Brasília está ocorrendo um evento que vai movimentar umas 15 mil pessoas, chamado "Lixo Zero", a nossa secretaria já está em movimentação para receber o CIRSOL, que é uma conferência internacional de resíduos sólidos e mudanças climáticas; eu participei de uma roda de conversa sobre o impacto das mudanças climáticas para o turismo que foi proferida pelo Eduardo Leite, governador do Rio Grande do Sul, que sofreu todo impacto das mudanças climáticas no Turismo, o tanto que deixou de entrar dinheiro, o tanto que deixou de movimentar o estado. O quanto eles sofreram com isso.

Então assim, Brasília está na ponta, agora sou daqueles que acho que sempre tem que melhorar; e aí vai um conselho para os futuros profissionais, no dia que você achar que está bom, você virou obsoleto, a gente sempre tem que procurar melhorar, sempre pode se fazer um pouco mais, tem que se fazer um pouco mais, e eu espero que tudo isso seja legado. E vocês, como profissionais da área, não deixem o Estado regredir no que está sendo feito, regredir nas suas responsabilidades que foram assumidas neste governo, mesmo porque os governos passam, certo? O Estado e as necessidades ficam, e as necessidades aumentam! Cobrem, e cobrem muito dos próximos gestores, eu falei anteriormente: muito tem que ser feito, tá? Agora em Brasília, infelizmente talvez tenha que ser feito em todo o país... Brasília está na frente, que bom né? Porque é a capital do país.

*Então, a seu ver, é importante um comitê gestor permanente?*

Tem um comitê gestor permanente! Da sustentabilidade, não da Cidade Criativa do Design, é permanente, certo? Vamos colocar assim, da agenda 2030, certo? O Governador fez esse comitê e quase todas as secretarias estão representadas nele, eu vou te passar, você vai ver a quantidade de órgãos que estão envolvidos, certo? CAESB, todos os órgãos que falam-se, são 17 ODS e as responsabilidades são grandes, na hora que você ver o Panorama você vai falar: é! Brasília está na ponta!

*Mas de acordo com as mudanças de governo isso continua ou deveria ter uma política de estado também?*

O comitê gestor, quando os atuais integrantes da pasta, que são os presidentes, os próximos gestores terão que ser nomeados de novo, isso pelo Diário Oficial; o comitê foi criado, então o comitê não se desfaz, o problema é que nós vivemos numa República Federativa e Democrática, é necessária essa mudança de gestores, então assim, eu vou te dar um exemplo aqui do nosso conselho, nós temos aqui o Condetur, que é um Conselho de Turismo do Distrito Federal, toda vez começa um novo governo, o secretário tem que mandar uma carta para as entidades, para que elas nomeiem de novo, isso tem que sair no Diário Oficial. O nosso aqui tem a Fecomércio, eles podem indicar a mesma pessoa, existem as entidades de base, existem sindicatos, associações, mas quanto ao Estado, às vezes mudam os gestores, então tem que ser renomeado, e aí talvez seja uma das coisas que seja interessante, não só a faculdade mas todo o ecossistema, ficar de olho; mudou o governo é pedir para o governador ou governadora atual nomear de novo, para continuar esse trabalho que bota Brasília à frente da questão da agenda 2030.

## **E1.R6**

Que tudo que eu já falei já define muito, né? Então só reafirmar, seja através de um termo de cooperação técnica, o governo do Distrito Federal já tem um compromisso com a sustentabilidade, é a manutenção eterna do diálogo. A gente tem caminhado para um comitê gestor desse título, então é fazer esse link, certo? essa junção, e a gente entender o seguinte, que ninguém é melhor ou mais importante do que ninguém, essa é a beleza de se ter um entendimento que o designer, que está fazendo um trabalho simples numa administração, é designer, certo? e tem que ter o mesmo reconhecimento de um grande designer.

Eu costumo dizer que Brasília, é uma cidade-design porque, eu acho que tinha que mudar o título de Niemeyer, ele não é arquiteto, ele é um designer, porque ele colocou, e essa foi a diferença, o design na arquitetura; tem uma fala de Andre Moreau, que era o ministro da cultura na França, Ministério recém formado por Charles de Gaulle, que não pode vir ao Brasil na inauguração de Brasília e, eu tô falando da França dos anos 60! Edith Piaf, Charles Aznavour. Poxa, eles mandavam no mundo, eles eram quem orientava o mundo, tanto que o apelido de Paris é Cidade Luz do Mundo. Moda, perfume, tudo tudo vinha da França, esse cara era muito importante, e ele chegou para o Juscelino e falou o seguinte: \_ Juscelino, desde as colunas greco-romanas, nada foi feito de novo na arquitetura mundial até as colunas do Alvorada e do Planalto.

Eu estava pensando esses dias, se você fechar os olhos e lembrar de Olinda, você vai ver a Lapa, a mesma coisa, você vai ver os bairros antigos de São Paulo ou se você chegar em Lisboa, é tudo a mesma coisa! Quem deu o movimento, quem deu formas, quem deu esse dançar dos prédios foi o Niemeyer, e isso é Design, o que ele fez foi colocar o Design na arquitetura é essa é a nossa cidade! Então eu espero muito que todos vocês tomem isso como responsabilidade sabe, toda a cadeia produtiva! Seja toda a academia, e quando eu falo toda a academia não são só os diretores e gestores, são os alunos! São aquelas

peessoas que estão entrando para fazer Design, a gente tem que criar essa consciência. O estado reflete o que a sociedade quer!

Nós tivemos um governador que falou uma frase que eu sempre cito ela, a gente sempre tem que ter as ações de um governo que será promissor e esse governador disse assim: \_"governar é definir prioridades, depois de ouvir o povo"! E é isso! Então, façam-se sempre ouvidos, através de associações, através de entidades de base, através da Universidade, certo? provoquem, procurem, cutuquem, sabe?! Se eu puder dar um conselho é: não desistam nunca, porque sempre temos que fazer, nós sempre temos que nos melhorar! E Brasília tem esse título, e ela merece esse título, nós temos que divulgar mais esse título, nós temos que divulgar mais a importância que é o Design, o quão forte é essa profissão!

Eu posso dizer com certeza que nós estamos vivendo um bom momento do turismo, tá? eu tenho algumas pessoas que nos procuram e dão relatos maravilhosos, tem um guia turístico que ele tem um trabalho de receptivo, ele falou: \_ cara eu tava desistindo do turismo em Brasília - ele comprou mais dois carros novos, tinha 15 anos que ele não comprava carro, ele falou: \_ Olha, o tempo todo Brasília está sendo visitada, o mundo está descobrindo Brasília, o mundo está descobrindo o Brasil! E eu vi que a gente estava fazendo o nosso trabalho, quando no ano passado eu vi a quantidade de pessoas nas redes sociais externando o amor a Brasília, porque nós tínhamos um pouco da síndrome do vira-lata, o bom é o outro, certo? E Brasília se redescobriu!

Então nós estamos em um bom momento do turismo, nós estamos com um bom momento do crescimento do Design, certo? e nós temos que aproveitar esse momento! E crescer cada vez mais, o único conselho que eu dou: não vamos nunca perder esse poder de diálogo! O Estado foi feito para servir! Eu como representante do governo, eu tô aqui exatamente para servir, aproveitem disso, demandem isso! E se a gente tiver um mau gestor, briguem até trocar e colocar alguém bom, que vai atender todo o ecossistema, certo? Não vamos deixar o que nós consolidamos ruir, essa missão é exatamente de vocês! Eu costumo dizer o seguinte, que nesse caminho a academia é o Trilho, os gestores são o Trem, nós passamos e vocês ficam.

Eu morei muito anos na Ceilândia, cheguei a ser um administrador interino na época, fui da chefia de gabinete, fui diretor de departamento e eu tinha esse pensamento, eu lembro que 90-92, a gente fez um estudo que se gastava mais com a grama do Plano Piloto do que com a cidade de Ceilândia, a realidade hoje é outra, você vê obra em todas as cidades, você vê desenvolvimento em todas as cidades. Nós temos uma ex grande favela, que hoje é uma cidade consolidada; o trabalho é o mesmo, não pense que por ser Plano Piloto, eles têm esse entendimento, esse pertencimento tem que ser para Brasília, para toda Brasília ou para todo Distrito Federal; e quando eu falo Brasília, eu não falo só o Plano Piloto, eu falo Planaltina, eu falo Brazlândia, eu falo Santa Maria, eu falo São Sebastião, estou pegando todo o quadrilátero; e o trabalho tem que ser o mesmo o tempo todo, quando estou falando de universidade, não estou falando só UnB, mesmo porque quando eu falo UnB não tô falando só Plano Piloto, tem UnB na Ceilândia, tem UnB no Gama, é um trabalho que nós temos que fazer em todo o Distrito Federal; você vê que quando nós fizemos o Fórum de uma forma inédita, vencendo todas as dificuldades, porque têm dificuldades de fazer um

evento do Distrito Federal, nós fizemos questão de que ele não fosse feito em apenas um lugar, que ele não fosse feito apenas na R.A I, certo? Nós fomos na Ceilândia, nós fomos a Sobradinho, nós fomos a Taguatinga, nós fomos em várias R.As! Agora o trabalho tem que ser feito através das escolas, tem que ser feito através do ecossistema, tem que ser feito através dos grandes profissionais.

Quando eu falei por exemplo, desse rapaz que foi do Turismo, que é um apaixonado pelo título, quando ele atende todas as turmas que atende, ele sempre fala da cidade criativa e ele mora no Guará; E o pessoal que trabalha com ele, os guias turísticos que trabalham com ele, eu conheço dois que moram no Gama e um que mora em Planaltina. Então a gente está tentando, só que isso tem que ser ampliado, a gente pode dizer a gente é uma pedrinha quando cai no lago, como aquelas ondas que estão formando, a gente precisa do lago, e esse lago é o ecossistema, é o empresário que a empresa dele fica em Taguatinga, é o profissional que mora em São Sebastião, é o estudante que mora em Santa Maria, você entendeu? sabe, é o diretor de uma dessas entidades que mora em Planaltina.

Então essa divulgação tem que ser de todos, esse sentimento de pertencimento tem que ser de todos; agora você tem que começar por alguma área, por algum lugar. Eu ouvi muita gente falar mas é um título muito “elitista”, talvez porque os gestores anteriores fizeram, tiveram esse entendimento, certo? Por que pegaram uma ou outra área. Quero te convidar para conhecer a *Fersona*, eles têm um trabalho de reciclagem, eles pegam jeans velho que é algo muito poluente, e o jeans demora muito para desfazer, pegam o jeans velho e fazem moda, eles têm contrato, eles têm uma etiqueta, já tem uma marca chamada Raízes do Sol, certo? Eles começaram a exportar, eu lembro que eu participei de um desfile deles no Sesc da Ceilândia, e eles tinham assinado o contrato com loja conhecida de departamento (a Marisa ou a c&a), então assim, é a Ceilândia gente! E é tão importante quanto a Fios de Ouro, aqui do Plano Piloto; eles estão fazendo sustentabilidade e agenda 2030 pura! Eu acho que as ONGs, as *miroscs*, fazem o que o Estado não consegue fazer, e a nossa missão é exatamente fortalecer!

Então assim, é missão nossa, enquanto Estado, mas é missão do ecossistema, é missão das Faculdades! Eu espero que você vá entrevistar pessoas que moram na ponta. Eu espero que você vá entrevistar gente que mora em todo o Distrito Federal, porque a missão é de todos e faça a mesma pergunta para cada um deles. Eu fui de Periferia, durante algum tempo eu ficava me questionando o porque, talvez quando eu era de periferia não fazia o meu trabalho também de divulgação. Nós ainda estamos numa fase, ou quase passando, de um beija-flor sozinho que fica lá colocando a gotinha, hoje eu acho que nós já somos uma revoada de beija-flores. Só que essa revoada tem que aumentar, eu vejo já hoje o Ecossistema, algumas entidades, provocando a Câmara Legislativa, que tem dado o reconhecimento, mas o ideal é a gente criar alguma lei, que seja debatida nas escolas, os títulos que Brasília tem e importância de cada título, você entendeu?

E isso não é bem o Estado, talvez fosse exatamente o ecossistema que tem que forçar. Talvez os profissionais, quando na reunião que eu falei que tive, que alguém falou quanto ao reconhecimento (do designer), eu já montei sindicato, só para você entender, é o setor que tem que se fortalecer, não adianta ficar parado inerte e esperar que o Estado sozinho faça,

se o setor não provocar, se o setor não se organizar, se o setor não ir para cima, talvez nunca ocorra.

Aqui na minha Secretaria, eu represento o artesanato também, e conversando com o secretário nacional e microempresas e empreendedorismo, ele é quem manda no PAB - Programa do Artesanato Brasileiro - eu sou um cara que luto não só pelo reconhecimento real, que seria a aposentadoria; E ele falou \_\_(...), talvez a gente tem que fazer como o pessoal da Pesca fez no nordeste, eles se reuniram em associações e começaram a cobrar; então, eu não sei o que que nós vamos fazer, mas sei que precisamos fazer, mas não é uma responsabilidade só do Estado, é uma responsabilidade de todo o ecossistema.

*É quanto ao compromisso estabelecido quando da entrega do dossiê? Houve algum desenvolvimento econômico, conseguiu retorno em impostos, visibilidade?*

Veja bem, muita gente tem umas ideias meio diferentes do que é esse título, nós acabamos de responder um questionário da Unesco, nós avaliamos três cidades que querem o título, nós vimos que duas dessas cidades - uma Europeia e uma Asiática - Elas têm condições de fazer com que o título realmente ajude a cidade, nós vimos uma muito pequena com muitos problemas sociais, com problemas de tudo quanto é sorte, pensando que o título é que vai alavancar a cidade, não é isso, a cidade é quem tem que criar o sentimento de pertencimento, e começar a desenvolver aquela área, você ter o título não vem com dinheiro, não abre linha de crédito, nada disso, tem cidade que tem o título e não tá fazendo nada, está inerte, vão perder uma hora o título!

*Como esse rapaz do Turismo citado acima, ele conseguiu crescer a partir dessa questão do título, ou não teve nada a ver uma coisa com a outra?*

O título é um dos atrativos turísticos, o design de Brasília é um atrativo turístico, você vê que os designers de Brasília tem títulos em Milão, em Nova York, tem ganhado muita coisa mundo afora. Eu sou apaixonado por uma palestra que teve em nosso Fórum, que para mim, não vou dizer que foi a melhor porque tiveram palestras maravilhosas! Cláudia Leitão foi maravilhosa, o próprio Alexandre Kieling, todos que palestraram! Danilo Barbosa, que prazer foi ouvi-lo, mas a palestra do Bruno Porto, onde ele faz um Panorama do Design Brasileiro no Mundo, gente, descobri que tem designer brasileiro nas grandes empresas do mundo, empresas automobilísticas, de refrigerante! Caramba, como o designer brasileiro é reconhecido no mundo!

Então isso é um pouco também do setor! Eu vi uma palestra semana passada, do Presidente do Instituto de Design da ACDF, e uma pessoa pergunta: \_O que eu tenho que fazer? e o palestrante bem dizer falou o seguinte: levantar da cadeira e trabalhar. A vida é feita de relacionamentos, criem relacionamentos, vá, avance! Tem gente que fala que não vai conversar com secretário porque é difícil. Qual a dificuldade que você teve quando você me passou a mensagem perguntando se eu poderia participar da pesquisa? de pronto eu disse: hoje, se você tiver tempo, você me disse que tal amanhã? E marcamos! Nós temos Boa Vontade!

Por exemplo, em Brasília nós temos Ceilândia, sou apaixonado por Ceilândia, morei muitos anos na Ceilândia! Eu tenho cinco filhos e só uma não mora na Ceilândia, todos os meus outros filhos moram na Ceilândia. E lá temos uma obra de Niemeyer - A Casa do Cantador. Sou apaixonado pelo turismo religioso, você sabia que em Brazlândia tem a maior Basílica do Brasil? Na nave principal cabem 15 mil pessoas, que é a do Menino Jesus de Praga, e o detalhe, ou tem uma cereja no bolo, eu vi na Europa que existem cidades que são turisticamente visitadas por conta de uma relíquia santa! Brasília tem uma relíquia Santa, e não é qualquer *reliquiazinha* não, ela é grande! Eu fui em Fátima e vi o poder daquela cidade turisticamente. Como uma coisa grande, se você parar para pensar o que é o Caminho de Santiago de Compostela, em Brasília nós temos uma relíquia em que um Santo andou nela há muito tempo - João Paulo II - quando visitou o Brasil, o carro que transportava ele chamava-se Papa Móvel; e o Papa Móvel está na Menino Jesus de Praga em Brazlândia! Olha só! Isso é Brazlândia!

Eu falei de Ceilândia, Brasília tem uma cidade extremamente típica do início do século XIX que é Planaltina, que é uma cidade muito viva! Agora na Secretaria de turismo nós estamos fazendo uma restauração com os produtos da época, do que hoje nós chamamos "a casa do cantador", mas que já foi a prisão da Comarca de Planaltina, quando era no Estado de Goiás. Para se criar uma comarca você precisava ter três prédios: o Paço Municipal que era a prefeitura, a casa de letras que era a escola e o presídio público, nós temos isso em Planaltina. Cerca de 1823 começou a discussão sobre se trazer a capital para o centro do país, e quem levantou essa discussão foi José de Bonifácio, que era um dos três que comandava o país, até o Infante Dom Pedro II se tornar de maior, e ele falou que o nome deveria ser Brasília.

Aí você vê historicamente, Floriano Peixoto foi quem determinou a Missão Cruls, que definiria o centro do país, olha quanta história! Onde é o centro do país? Planaltina, está lá a pedra que fala: aqui é o centro do país! Em 1883, Giovanni Melchior Bosco, o Dom Bosco, um padre que morava na Itália sonhou que um anjo voava com ele sobre mil quilômetros de cordilheiras, e chegava entre os Paralelos 15/20 - onde seria a terra que emanaria leite e mel - teria um grande espelho de água que não existia naquela época, e que hoje é o Lago Paranoá. E é onde hoje estão os Paralelos 15/20 e a Ermida Dom Bosco. Ermida Dom Bosco foi o primeiro prédio de concreto que foi feito no Distrito Federal. E isso é a história de Brasília, então essa história vem de longa data, essa história vem sendo construída e Juscelino quando colocou no plano de governo dele a vinda da capital para Brasília, ele fez a integração.

Eu queria dizer a sua orientadora, a nossa diretora de Design da Universidade de Brasília, e eu queria que fosse feito um estudo, do que seria do Brasil se Brasília não tivesse existido, se não tivesse o advento, se não tivesse a construção, porque o Brasil era muito ali no sudeste e sul, será que nós teríamos a pujança e a força que é o Tocantins? Será que nós teríamos a quantidade de títulos na agronomia, na agricultura, que nós temos nos Mato Grossos? Eu lembro, e tenho 61 anos, lembro que quando se falava no Mato Grosso ainda se pensava em mato mesmo, Mato Grosso, porque você entra! Olha o desenvolvimento do país por causa da construção de Brasília, você entendeu? E quando a gente fala Brasília, fala Distrito Federal, é toda a Unidade da Federação, certo? Então assim, nós somos integrados ao Brasil, mas temos que nos integrar cada vez mais!

Para mim, e não é falando em tom pejorativo, mas quando se fala favela é ruim, porque remete a algo muito ruim, que remete às favelas do Rio de Janeiro no início de 1900; os escravizados receberam a liberdade, não tinham para onde ir, começaram a se agrupar lá no mato. Isso tinha que ocorrer, mas tinha que ter tido um plano exatamente para dar Cidadania a essas pessoas, dar alguma qualidade de vida. Então quando fala assim "favela" pensa-se em algo que é decaído! Venha conhecer a favela que eles chamam de favela, eu tenho orgulho imenso de ter morado nessa favela, chamada Ceilândia - CEI - Companhia de Erradicação de Invasões - e "lândia" sufixo de cidades, olha a pujança que é! Eu conheço gente milionária que mora na Ceilândia, eu conheço grandes empresários que moram na Ceilândia, eu conheço pessoas importantes do governo do Distrito Federal que moram na Ceilândia ou que moraram na Ceilândia.

Então assim, vamos continuar integrando, mas muita coisa foi feita e tem que continuar sendo feita, e é por todos! É um erro a gente pensar que o título por si só traz o desenvolvimento, o título te coloca num clube que te dá oportunidades de criar esse desenvolvimento, e quando a gente fala em desenvolvimento não é só o Design, o compromisso que Brasília teve e tem.

A gente tem sim que desenvolver o nosso selo e criar esse sentimento de pertencimento em todo morador, como oportunidade para desenvolvimento e mais do que isso, a gente acaba tendo responsabilidade com a agenda 2030, com os ODS, que são os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - mas também com as cidades circunvizinhas, como um "território criativo" de pensamento; para você ter ideia, de todas as cidades que concorreram a buscar esse título que está sendo definido este ano pela comissão, as duas que a comissão definiu, foram São Paulo com cinema, e São Paulo já havia tentado 3 a 4 vezes, e Manaus com gastronomia, por que isso? Porque Santos é Cidade Criativa do Cinema e é próximo, "território", e Manaus que é próximo da cidade de Belém, e Belém é a Cidade da Gastronomia.

Então, está caminhando para expertise de Brasília, e quando fala da expertise não é estatal, é todo ecossistema, é o Estado e toda a sociedade, sejam os empresários, seja a academia, sejam os alunos, todos! A expertise e o amadurecimento do entendimento da oportunidade que é o título, teve que começar a levar para essas outras cidades na região, porque daí você começa a criar, o meu sonho, de começar a exportar pensamento!

*Você sabe com quem Brasília concorreu em 2017?*

Não sei, e vou até fazer essa pergunta. Eu sei que quando foi levado o Dossiê para Unesco de Paris, onde fica a sede da UCCN, Denise Bax, atual secretária geral, disse que quando Brasília chegou com o Dossiê, quem estava presidindo a mesa era uma indiana que disse assim: \_ Brasília não precisa de dossiê porque já é um museu a céu aberto! Isso eu ouvi da minha amiga e para mim é uma honra chamá-la de amiga, que foi lá fazer essa defesa. Eu espero que elas tenham perdido de lavada, porque nós somos bons e Brasília merece esse título!

## ENTREVISTA 02

### E2.R1

Bom, tem um tempo já que eu venho estudando a estrutura econômica de Brasília né? Eu uso muito os estudos que o IPDF publica sobre a análise do nosso PIB. O PIB do Distrito Federal é ainda muito dependente do setor público. Cerca de 60% do nosso PIB hoje vem da administração pública, você tem 45% vindo da administração pública direta e 15% que vem do setor financeiro, que é basicamente os bancos públicos que tem sede aqui em Brasília, em que a movimentação desses valores acaba sendo contabilizada aqui, então nós devemos ter aí cerca de 60% do nosso PIB hoje vindo da administração pública.

Isso é uma coisa que preocupa bastante a gente, porque a gente sabe que a tendência para o setor público é diminuir ao longo do tempo, na medida em que a tecnologia vai diminuindo a necessidade de mão de obra e de servidores; a gente viu isso acontecer na pandemia né, o governo na época publicou inclusive, algumas matérias sobre economia bilionária que o governo teve quando manteve os servidores públicos em *Home Office*, e a gente sabe que à medida que for reduzindo a quantidade de mão de obra dentro do serviço público... Durante a gestão do governo Temer também, ele sancionou a reforma trabalhista, então o setor público começou a terceirizar o seu serviço pagando salários muito menores. Então começou a ter uma circulação, a gente vê uma tendência de circulação menor de altos salários na cidade. E Brasília é hoje, se você for olhar como uma Unidade Federativa, o Estado que ainda tem a maior renda per capita do Brasil.

Quando a gente comparou esse estudo da Codeplan, agora IPDF, a gente comparou esse último estudo com o do ano anterior. O estado do Mato Grosso, por exemplo, me surpreendeu, porque tem o agronegócio muito forte e conseguiu aumentar muito o nível da renda per capita do Estado, por causa da atividade empreendedora, por causa dos negócios. E outros estados estão vivendo a mesma coisa. São Paulo, que tinha a maior renda per capita do Brasil, está começando a perder posição também, então está havendo uma mudança do eixo econômico do país; Brasília, por ainda depender muito do setor público, e esse setor público está diminuindo em termos de quantidade de servidores, de menos salários representativos na cidade, isso gera para a gente um prognóstico meio preocupante, porque vai ser o futuro da economia da cidade! Então, é necessário que a gente comece a investir mais em empreendedorismo e novos negócios de acordo com as vocações que a cidade tem! E a economia criativa especificamente, é uma das vocações mapeadas para Brasília, né?

Tem um estudo produzido pelo Codese, que é o Conselho de Desenvolvimento Econômico Social aqui do DF, e ele faz uma previsão do DF que a gente quer. Ele cria um cenário para Brasília em 2040, e aí ele vincula uma série de objetivos que devem ser perseguidos, vinculados aos ODS da ONU, e que foi estruturado a partir de uma pesquisa feita pela Macroplan, a pedido do Codese, e essa pesquisa trouxe a indicação do que seriam vocações econômicas, e a economia criativa é uma vocação que Brasília tem e que a gente entende que precisa investir mais nisso. Tem crescido muito o cinema, a fotografia, a música, alguns domínios, publicidade, empresas de publicidade em Brasília a gente tem muito, a gente tem a máquina pública funcionando aqui, alavanca bastante as empresas de

publicidade. E aí quando você olha para o título de Cidade Criativa do Design, e a conexão que isso tem com a Economia Criativa, como uma vocação da cidade, faz a gente perceber que esse título é muito importante no sentido de agregar valor à produção de Brasília.

A gente tem que buscar muito no Sebrae, formas de fazer o produto de Brasília ser valorizado por ser de Brasília. E títulos como esse agregam um valor muito grande, você imagina, se eu conseguir demonstrar e criar uma identidade de Brasília, da arquitetura de Brasília por exemplo, e demonstrar que o arquiteto de Brasília está aqui em Brasília, que tem uma produção diferente, que vive em uma Cidade Criativa do Design, vive uma cidade que respira arquitetura moderna, isso tem valor fora de Brasília? Isso pode representar a venda de serviços e desenvolvimento econômico para o Distrito Federal? O título do arquiteto de Brasília sabe, é como se fosse um título de indicação geográfica pela cidade? Então, eu vejo os títulos de Brasília como esse tipo de elemento que tem um potencial muito grande para agregar valor à produção do Distrito Federal, e isso é um elemento muito estratégico e que nós precisamos saber usar bem! Porque o futuro da cidade depende muito de saber usar os nossos ativos, já que a gente vê um risco eminente de diminuição da atividade econômica pela diminuição do setor público.

## **E2.R2**

Já participei de uma série de ações pelo Design, e agora estamos trabalhando juntos numa iniciativa para fortalecer o título da Cidade Criativa do Design, né? O Sebrae participou também de toda a construção do material inicial, para poder chegar à obtenção do título, o plano que é necessário ter para que Brasília tivesse esse título, então a instituição Sebrae já participou bastante ativamente em cima da obtenção e da manutenção do título e agora estamos tentando viabilizar uma forma de institucionalizar o título dentro da estrutura de governo, né? A gente sabe que o governo do distrito federal precisa abraçar essa iniciativa e tornar isso uma Política de Estado e não uma Política de Governo, para que isso não se perca!

Então nós temos trabalhado muito em favor de manter esse título e fortalecer o conhecimento dele, uma das nossas principais iniciativas foi o próprio Inspira Brasília, que foi uma iniciativa concebida pelo Sebrae, mas que não é do Sebrae, a gente concebeu esse movimento envolvendo uma série de instituições, principalmente as federações como a Fecomércio, a Fibra, a FAP, o Governo do Distrito Federal, com a Secretaria de Comunicação, de Turismo, de Cultura, para que a gente tentasse trazer um movimento de reconhecimento de Brasília com esse título.

A gente promoveu, inclusive recentemente, o concurso que ainda está acontecendo, o concurso \*Inspira Brasília, junto com a Secretaria de Educação, onde nós abrimos este edital e abrimos o concurso para toda a rede pública do DF, para que os estudantes pudessem produzir material, desenho, vídeo, fotografia, texto, sobre o que inspira em Brasília e o edital fala dos títulos, menciona a Cidade Criativa do Design, como é importante que essas próximas gerações, que as crianças e os jovens consigam se perceber dentro de Brasília e percebam esse valor. Então, a gente tem trabalhado várias iniciativas que tenho a segurança que contribuem muito com o título.

### **E2.R3**

Eu acho que o título é um tempero sabe, eu acho que o título é aquele elemento que te dá uma legitimidade, te dá mais empoderamento para isso e mostra que você tem uma autoridade para esse assunto, porque você de alguma forma conhece, aplica, entende a importância do Design, produz esse design, esse design é reconhecido pela sociedade nas cidades que tem o título, mas eu acho que nós precisamos ainda explorar melhor esse título.

Quando a gente fala em Brasília "Patrimônio Mundial" é uma coisa que muita gente já sabe, e Cidade Criativa do Design eu não vejo isso em lugar nenhum, eu não vejo o design aparecendo na vida das pessoas de uma forma que elas consigam entender que aquilo é design, elas utilizam aquilo, elas vivem aquilo no dia a dia delas mas não conhecem, então eu acho que o título te dá uma legitimidade, te dá uma autoridade para isso, mas as pessoas precisam perceber o design antes do título.

Quem é do setor e quem conhece a importância, valoriza o Design, essas pessoas ainda estão dentro de uma bolha. E esse grupo de pessoas mobilizadas certamente foi quem mais se importou para conseguir o título para Brasília; certamente tem um grupo de gente que pensa nisso, se articulou e conseguiu o título para Brasília. Mas se a gente não tiver uma ampliação disso, o título mesmo por si só, acaba não contribuindo tanto, nós precisamos é que as pessoas percebam isso mais!

E é uma pena, porque nós temos tanta coisa, tanto potencial em Brasília, como eu te falei, eu acho que se a gente conseguir massificar isso, dar esse conhecimento às pessoas, a produção de Brasília vai ser muito mais respeitada. O que Brasília faz e o valor que a cidade gera economicamente, intelectualmente, com um olhar para o desenvolvimento, cara, isso se expande à décima potência. Mas a gente ainda não conseguiu colocar isso como algo prático na vida das pessoas.

É o que te falei! Acho que está dentro de uma bolha, de um grupo que se conhece e são profissionais da área, que entendem a relevância desse negócio, mas isso não está ampliado. E o Design ainda é uma coisa muito abstrata, a gente não tem uma palavra em português para poder dizer o que é design, né? os primeiros a usar o termo foi a galera mais artística. Então, quando você fala por exemplo de design de serviços, a cabeça das pessoas tem um nó, porque elas não conseguem ver isso visual sabe, e o design para o Brasil e para o brasileiro, ainda está associado a uma coisa muito visual, há uma coisa especialmente estética, e não é disso que nós estamos falando, não temos outro termo para a palavra. Então nós ainda estamos falando sobre isso com quem já fala disso, nós precisamos ampliar esse discurso e tornar ele palatável para as pessoas sabe, as pessoas precisam ver utilidade também nessa discussão.

### **E2.R4**

Eu acho que design e inovação são quase sinônimos. É muito difícil você pensar em inovação sem pensar em design. Acredito que o design tem uma pegada muito voltada para o problema, para uma dificuldade, e como você consegue criar uma solução para esse problema, né? E quando a gente fala de Design Social, Design de Serviços, quando a gente

fala de usabilidade; cara, acho que tem tudo a ver a conexão do Design com propostas para solucionar problemas! Mas eu acho que a gente ainda tem um discurso que está fechado sabe, que são poucas as pessoas que entendem o design dessa forma, são poucas as pessoas que percebem o que é realmente a amplitude do conceito do Design, e como ele pode se aplicar a diversas realidades, a diversas problemáticas diferentes, não é um conhecimento massificado, eu acho que hoje esse é um dos nossos maiores desafios!

Gosto muito de falar de educação, porque a gente tem vários projetos de educação, e estou bem próximo disso, né? Mas, o quanto nós precisamos mudar o sistema de educação no Brasil, porque nós tomamos tanto tempo com tantos conteúdos e com tantas coisas, que os estudantes estão perdendo interesse por não achar aplicabilidade prática do que nós estamos ensinando em sala de aula. E por que nós não ensinamos o design? Porque nós não ensinamos o conhecimento de enxergar um problema e ver soluções novas, como se inspirar para pensar em alternativas novas e a partir daí chegar na inovação, né?

Esse modelo de identificar problemas e pensar em solução, para mim isso é essência de design, né? E é isso que leva para inovação, então as duas coisas estão muito conectadas! Eu vejo que o design é muito versátil, tipo a economia criativa como uma bolsa com um monte de coisa dentro. O design tem essa perspectiva, as pessoas acabam aplicando à moda, arquitetura, a arte, mas nós precisamos começar a criar um modelo mental do Design até na formulação de Políticas Públicas, o Design tem muito a contribuir.

O modelo mental do Design tem muito a contribuir com soluções de problemas, e essas soluções de problemas, eu penso isso, tanto no olhar que a gente possa pensar a cidade, o desenvolvimento da cidade, o conceito de *Smart City*, soluções de tecnologia, tudo isso, como a gente pode pensar em negócios com propósito de resolver problemas das pessoas no dia a dia; o que tem certamente um impacto em como as comunidades se organizam em relação à sustentabilidade, economia circular, tudo isso está muito conectado com essa proposta do Design, né?

O que falta é a criação desse modelo mental do Design nas pessoas, o design pode ser visto como processo, existem inclusive vários arquétipos diferentes, de modelos, de processos, de estruturas, de fases, de etapas, que se pode criar para tentar solucionar um problema usando o design para isso. O que falta é a gente massificar isso mais, tornar isso mais conhecido, falta pensar o modelo mental do Design aplicado na solução de problemas para a comunidade.

## **E2.R5**

O desafio principal eu vejo como a cultura do brasiliense, sabe? Não vou dizer que é só o brasiliense, ou só do brasileiro, mas aqui em Brasília isso é muito mais forte. Quando se fala aqui em Brasília, tem um significado essa palavra, quando você fala de Brasília fora de Brasília, as pessoas conectam isso diretamente com a política, com a gestão da coisa pública, e isso tem cara de atrasado, isso tem cara de moroso, tem cara de burocrático, sabe? Então a gente infelizmente carrega alguns ônus da nossa vocação original de ser a capital hoje; eu acho que um dos nossos principais desafios é tirar da cabeça das pessoas o setor público, a coisa pública como o símbolo do sucesso; eu estou na educação e eu vejo

essa realidade todos os dias; os pais continuam ensinando aos filhos que o sucesso é o concurso público, continuam ensinando os filhos a pensar nisso como a alternativa para o futuro deles, e você vê que o menino nasce com a criatividade, nasce com o espírito empreendedor, e às vezes a família na boa intenção de passar adiante aquilo que ela aprendeu, acaba ensinando a ele que, o que é o sucesso é isso! O que dá certo é isso! O que é bom é isso!

Então eu acho que nós temos um problema cultural na cidade, de orientação das pessoas para o setor público, para a coisa pública, e isso carrega algumas pessoas para algumas percepções sociais que estão conectadas a coisa pública, que é exatamente o oposto com o que nós queremos com o design né? A gente quer a Inovação, a gente quer o valor agregado, a gente quer a percepção da beleza, a gente quer a percepção da funcionalidade, do atendimento da necessidade, e hoje são dois termos que não conversam. Então eu acho que o nosso principal desafio é mexer na cultura da nossa cidade sob esse aspecto.

Agora, a oportunidade, cara, eu acho que a criatividade, o elemento básico da criatividade é a diversidade, se você tem muita gente, e gente diferente, e gente que pensa diferente, gente que tem material diferente na cabeça e na composição do seu corpo, sabe, essa é a principal matéria-prima para você ter criatividade; e Brasília pela primeira vez, saiu o última pesquisa da PDAD, que é uma pesquisa de domicílios aqui do DF, pela primeira vez a pesquisa mostrou um público maior, 50% de Brasilienses nascidos em Brasília. Que não são de fora, então a nossa população, pelo menos metade dela que não é daqui, e isso é uma super oportunidade, você tem um material para trabalhar muito bom! Você tem um acesso à educação em Brasília que você não tem em nenhum outro estado do país!

Você tem um alto acesso à educação, você tem um público muito diverso, você tem um acesso próximo aos formuladores de políticas públicas, eles estão todos aqui. Então, eu vejo muito mais oportunidades do que desafios, sabe? Eu acho que a gente precisa trabalhar um pouco essas duas coisas: mudança de cultura e mudança de modelo mental. É uma coisa difícil de fazer, é uma coisa que leva muito tempo, é uma coisa que demanda muito esforço e que é um gasto inclusive, sabe? Mudar a consciência das pessoas, investir em educação, investir em publicidade, investir em imprensa, mudar discurso. Isso é caro, moroso, lento, mas precisa ser enfrentado, não dá para gente fugir!

Agora, oportunidade, a gente tem muitas oportunidades para Brasília nesse sentido da criatividade. Por isso eu acredito que a economia criativa é uma das vocações já percebidas para a cidade, sabe? A gente tem aqui gente muito diferente, a gente tem muitas universidades, têm conhecimento sendo construído aqui o tempo todo, a gente tem laboratórios, a gente têm estrutura para pensar em coisas novas. A gente tem em Brasília, apesar de ter essa renda per capita muito alta, a gente tem aqui ainda a maior comunidade horizontal do Brasil.

Aí você pensa, tem realidades muito diferentes, você tem um nível de diversidade com uma quantidade de problemas para ser resolvido enorme, então eu acho que a inovação e criatividade nascem de lugares que têm problemas e a gente tem esses problemas aqui, a gente tem gente com capacidade para desenvolver soluções e alternativas para resolver

isso, então eu acho que tem muita oportunidade pela cidade. Nós temos um capital intelectual muito bom, a gente tem acesso a muita coisa, a tecnologia difundida, eu acho que esse é um terreno muito fértil para isso.

## **E2.R6**

Eu acho que quem já está nesse meio, nesse grupinho, nessa bolha, vai começar deles porque eles têm a sensibilidade e o conhecimento da importância e da relevância para isso. Esse discurso precisa se abrir, precisa ir para outros lugares. Então eu acho que esse grupo precisa se organizar, em torno de uma agenda de ampliação dessa pauta e de fortalecimento dela. Com todos esses atores que estão em volta da comunidade né? Qual é a agenda? Vamos pensar no design como um grupo, um núcleo, uma governança estruturada, qual é a agenda que essa governança tem com a sociedade civil? O que nós queremos dela, em quanto tempo, como nós vamos fazer e quem vai fazer? Qual a agenda que essa governança tem com o governo local, com o governo federal, nós somos a capital, a gente precisa se aproximar deles também sabe?

Qual a agenda que nós temos com as comunidades, nas regiões administrativas, com as pontas da cidade, né? E como nós conseguimos mapear o que temos lá dentro, trazer para cá, e mostrar para as pessoas que o design já está perto deles! Que a criatividade e a inovação já está lá dentro, elas só não estão enxergando isso dessa forma. Então, acho que nós precisamos fazer é que esse grupo se reconheça, se entenda como uma governança organizada, e comecem a ser construídas agendas, com todos esses outros atores, esses outros envolvidos nessa pauta que estão envoltas na nossa cidade. Tem metodologia, o Sebrae mesmo tem metodologia para isso, uma metodologia do programa Líder que busca desenvolver e fortalecer lideranças para construir agendas de desenvolvimento. Metodologia com passos, passo 1, passo 2, passo 3, agenda, quanto tempo leva, existem métodos para se fazer isso! Mas essa governança precisa se unir!

Eu já ouvi alguns depoimentos de pessoas, não necessariamente dentro do setor do Design, em outros setores de Brasília que falam que, infelizmente dentro do Distrito Federal existe uma característica forte dos grupos serem muito desunidos, e deles às vezes fazerem movimentos contrários dentro do próprio grupo. Do grupo se sabotar em relação a, tem várias instituições parceiras participando desse negócio, mas rola um processo de autossabotagem às vezes em algumas dessas agendas. Que outros Estados são muito mais organizados sobre esse aspecto, sabe? Às vezes Estados que têm municípios, a Prefeitura de um partido com a Prefeitura de outro partido, mas quando eles estão fazendo algo pelo Estado, eles conseguem quebrar essas barreiras.

Sabe, o Nordeste tem bastante disso, alguns estados do centro-oeste também, eu já ouvi depoimentos de pessoas que falam que os municípios conseguem se unir em torno de uma causa de interesse, que no geral você consegue ter grupos, mesmo que pensam diferente sobre política ou qualquer coisa, mas para um objetivo comum consegue se juntar; e eu gosto muito da história de Brasília nesse aspecto, Juscelino sabia fazer isso muito bem né? Ele não ganhava embates, ele evitava embates e trazia as pessoas para perto em cima daquilo que fazia elas entenderem a importância do projeto; ele conseguiu o apoio da oposição por meio de um deputado de Goiás, que tinha muito interesse que Brasília fosse

construída. Então esse cara era oposição ao governo dele, mas ele tinha interesse em desenvolver o Estado dele, então foi esse cara que ajudou a trazer quem pensava de modo diferente dele sobre o projeto. Acho que a gente tem isso dentro do nosso DNA, mas acaba que essa cultura, de hábitos da velha política, ainda está muito arraigada em Brasília, isso tem um reflexo na nossa forma de pensar, de várias instituições, de muitos grupos que compõem esse modelo de governança né?

Então, eu acho que nós precisamos trabalhar um pouco mais a união das pessoas, o trabalho coletivo, o trabalho junto dessas pessoas, porque o design por ainda ser uma coisa que remete a um grupo pequeno, a uma classe "aristocrática", uma elite, eles ainda não são percebidos pela comunidade. Então acho que esse desafio precisa ser vencido!

Eu acho que é isso, eu comecei a falar trazendo essa questão do cenário econômico para Brasília porque isso é uma coisa que no Sebrae tem nos preocupado muito, a gente vai estudando muito essa coisa do que pode ser feito em Brasília no futuro de curto prazo, de curto e médio prazo, se a gente tiver um arrefecimento da atividade pública aqui. Você vê, a gente falava sobre tecnologia no setor público, todo mundo pensava até pouco tempo atrás em softwares, sistemas, em computação, hoje você consegue fazer muita coisa com inteligência artificial, que é basicamente o serviço administrativo ou serviço, vamos dizer assim, de conectar muitas informações, talvez te trazer uma proposta, a Inteligência Artificial é capaz de fazer isso, eu acho que assim que isso for integrado realmente na realidade das pessoas, e as grandes corporações que trabalham com tecnologia e inteligência artificial dizem que isso não vai levar mais do que dois anos para acontecer, o que tem para acontecer de 2 a 5 anos aqui em Brasília, quantos concursos públicos que seriam importantes, seriam necessários, vão deixar de ser.

Quantas vagas que a gente imaginava que poderia abrir, não vão mais ser necessárias, que a gente vê um cenário econômico federal para o nosso país de inflação, de endividamento público bastante preocupante! No momento que você consegue trazer essa tecnologia para dentro do setor público, e reduzir essa dívida pública, reduzir o custo da máquina, quando eles acharem o jeito de fazer isso, para o Brasil vai ser muito bom! Mas se Brasília não estiver preparada, nós podemos ter aqui terra arrasada, porque os 40% do nosso PIB que está dentro dos negócios, que está dentro da atividade privada, está apoiado nessa massa assalariada do setor público.

Se você vai olhar lá quais são os setores econômicos que mais contribuem com a nossa economia, depois que você tira o setor público e a atividade financeira, é o setor Imobiliário, especulação Imobiliária altíssima, o metro quadrado muito alto; depois são os serviços especializados sabe, escritórios de contabilidade, escritório de advocacia, de terceirização de limpeza, de segurança... eles atendem quem? O setor público, as atividades mais importantes para nossa cidade hoje é comércio e reparação de veículos automotivos, a gente tem uma cidade do automóvel em Brasília e não tem uma fábrica, não tem uma indústria quem é que tem dinheiro para trocar de carro todo ano? é o Servidor Público Federal, se a gente perder essa galera, se o setor público deixar de contratar, se o setor público perceber que é possível desenvolver mais atividades de *home office*, a gente vê coisa parecida como foi na pandemia, de servidor público saindo de Brasília, indo morar no litoral, o próprio conceito de uma capital, de um lugar que precisa estar todo mundo junto,

tende a se esfriar no futuro, se nós não pensarmos em algo para nossa cidade hoje! Se nós não pensarmos em alternativas, em vocações para nossa cidade hoje, e eu tenho certeza que a economia criativa e o design é uma delas, nós podemos ter um futuro muito sombrio para a população da cidade.

Singapura tem um paralelo interessante com Brasília eu fui lá e conheci o que seria a nossa Secretaria de Desenvolvimento Urbano, Os Pioneiros que começaram Singapura, que era um Pântano a 60 anos atrás, não tinha nada lá, aí eles desenvolveram um plano de desenvolvimento para Singapura com foco em integração nacional, eu tenho certeza que esse cara ouviu falar do Juscelino em algum lugar, porque é engraçado, cinco anos depois da história de Brasília, foi que começou a de Singapura, sabe?

E o plano de metas de Juscelino, Jk conseguiu fazer uma promoção de Brasília internacionalmente muito forte, tanto que o Brasília Palace começou a receber delegações internacionais de tudo quanto é canto, para ver a construção da cidade né? O Brasil que na época pouco existia no cenário internacional, passou a ser visto depois que Brasília foi construída. Ele tinha esse plano de metas, isso é muito estudado fora do Brasil; e é uma pena que a gente não valoriza a nossa história como a gente deveria; mas esse cara desenvolveu um plano, e como esse mesmo partido político continua no poder lá, esse plano conseguiu ter continuidade.

Aí eu penso, cara, se o plano de metas do Juscelino, se a gente tivesse avançado com aquilo, se a gente tivesse mantido aquela proposta, né? O problema é que lá eles conseguiram dar continuidade e aqui em 1964 teve golpe militar! E aí, bagunçou bastante a nossa história e tudo que a gente poderia ter vivido depois da construção de Brasília. Se a gente for parar para pensar, quem colocou o Brasil no mapa *mundi* foi Brasília! Quem conseguiu desenvolver o agronegócio, como nós temos hoje o Centro Oeste, que alimenta o mundo, foi Brasília! Que conseguiu escoar essa produção e tornar essas terras produtivas, foi Brasília que fez isso para o Brasil!

E lá em Singapura eles conseguiram continuar esse movimento por meio de uma continuidade de políticas públicas que vinha desse plano original, que a gente meio que interrompeu esse negócio, mas é um paralelo muito interessante que eu consegui fazer visitando a realidade lá, com a de Brasília. Eu Visitei 11 instituições diferentes quando a gente teve lá, com a agenda muito voltada para inovação e parques tecnológicos; em todos os lugares que eu estive, a pessoa que fazia apresentação tinha lá nos primeiros slides sobre a política de desenvolvimento do país; então estava todo mundo muito integrado com uma estratégia de investimento no desenvolvimento local, com estratégias bem definidas, sabe? E o mundo reconhece o Brasil como um povo muito criativo! Porque a gente não consegue explorar isso como a gente deveria, né? Nós temos três cidades com o título de design, com o tamanho que o Brasil tem, com essa diversidade, tem muito espaço de exploração disso tudo, e a verdade, como diz o pessoal lá da vinícola Brasília, Brasília é o blend do Brasil, é a mistura de tudo que tem aí, Brasília é a mistura do que tem de bom no Brasil, que é o brasileiro!

Então eu acho que essa discussão precisa ser ampliada no nível intelectual, mas tem que chegar no acesso da massa, as pessoas precisam se perceber e se ver dentro desse

contexto, porque todo mundo vai começar a pensar com o modelo mental do Design. Eu tenho certeza que o título ainda é desconhecido e se você perguntar para o cidadão comum, que não está envolvido com esse assunto, e você perguntar O que é design, ele vai ter dificuldade de dizer, e se disser, ele vai vincular isso com alguma coisa como moda, e isso é tão pequeno isso, é tão pouco perto do que a gente pode ter de verdade, enfim é isso! Que bom que pude contribuir, e depois quero saber o resultado do trabalho e saber as considerações das outras pessoas que você pesquisou!

## **ENTREVISTA 03**

### **E3.R1**

É um título atribuído pela Unesco. O objetivo desse tipo de título é exatamente incentivar o desenvolvimento dessas áreas, nessas cidades, tanto que a gente vai ver a cidade criativa da gastronomia, a cidade criativa do cinema, literatura etc. Então, é um estímulo que a Unesco dá para destacar, valorizar as atividades dessa natureza, que sejam recorrentes em cada uma dessas cidades. No caso de Brasília, esse vínculo ao pressuposto do design, tem a ver naturalmente com a questão arquitetônica, tem a ver com aquele chamado espaço de museu aberto que a gente tem no plano piloto, sobretudo na Esplanada dos Ministérios, por causa daquela invocação de traçado modernista que está presente nos traços, na configuração, na estrutura daquelas zonas. A partir daí, você vai ter todo um processo de incentivo natural ao desenvolvimento de atividades vinculadas ao que se convencionou chamar agora, de design, e que, na verdade, tem a ver com essa forma de expressão na qual o pressuposto da relação entre forma e volume é o principal pressuposto. Então, eu acho muito legal que a gente trabalhe essa lógica, porque, primeiro, é uma maneira de valorizar a história da cidade. Segundo, é uma maneira de compreender que há, em Brasília, o que eu chamo de DNA criativo.

É uma cidade que, como ela resultou desse processo natural, é uma cidade inventada. Ela não foi uma cidade que aconteceu, ela foi inventada. Por ser inventada, ela resulta, portanto, de um processo que é exatamente um processo criativo. E como ela é inventada, e a marca que ela tem, principalmente a partir da forma de expressão do Design, nada mais justo do que celebrar isso e dar a saber ao mundo, com o título internacional, que esse é o lugar da cidade. Então, eu vejo a importância e relevância para que a gente consiga destacar isso, ser percebido a partir desse lugar e que isso nos auxilie no desenvolvimento econômico da cidade. Porque, à medida em que a gente defende esse título, dá valor a esse título, a gente acaba atraindo turismo. O turismo é uma indústria extremamente potente, ela é capaz de mobilizar um volume de recursos bastante significativo e isso é essencial para o desenvolvimento de uma cidade como a nossa, que é uma cidade que não tem nenhuma base de produção, nem agrícola, nem industrial. É uma cidade de serviço. Brasília é uma cidade de serviço. Então, quando você tem a indústria do turismo potente, a indústria de eventos potentes, você está criando um processo de geração de riqueza e isso é relevante.

### **E3.R2**

A gente desenvolveu uma pesquisa, motivada pela Fecomércio, através da Câmara de Economia Criativa e pela Secretaria de Turismo do Distrito Federal, e que era um levantamento sobre as atividades criativas que há no Distrito Federal. A gente chegou a apurar 130 mil CNPJs mais ou menos, e, a partir daí, a gente conseguiu então desenvolver um conjunto de evidências de que a cidade efetivamente tem essas atividades, e essas atividades são variadas, e cada RA tem uma peculiaridade em relação às outras R.As, no que se refere a vocações. Então, a gente apontou isso e mostra que há uma riqueza muito grande.

Não existe nenhuma R.A no Distrito Federal que não tenha nenhuma atividade criativa. Todas têm. Umhas com uma abordagem mais próxima da gastronomia, outras da moda, outras do audiovisual, do próprio design, o design está presente em muitas. Outras da área de publicidade, mídia e por aí vai, música, pintura. Então, você tem uma diversidade importante em cada RA. Então, efetivamente, esse projeto nos permitiu ver que não só Brasília, o Distrito Federal é uma área de pujança criativa impressionante.

### **E3.R3**

Aí eu acho que ainda não aconteceu. Eu acho que a gente já fez algumas coisas, mas ainda não aconteceu. A cidade não se apropriou desse título. E o setor público também não se apropriou plenamente desse título. Esse título hoje está no esforço da Secretaria de Turismo, tentando trabalhar naquilo que está ao alcance dela, mas isso deveria ser de todo morador da cidade. Isso deveria estar na mão de todo mundo. Isso deveria estar na camiseta, na bandeira, no dia a dia, numa corda. Isso deveria ser a grande razão de movimentação, de como a cidade se coloca no mundo e se coloca em todo lugar. Nós somos uma Cidade Criativa do Design!

Venham aqui, vejam o que a gente está fazendo etc. etc. etc. E aí, sim, criar políticas. Porque, assim, você consegue desenvolver aquilo que a gente respondeu na pergunta anterior, se tiver algumas políticas de incentivo para a formação de coletivos, formação de cooperativas, formação de algumas associações que possam dar vazão a esse tipo de atividade, a esse tipo de trabalho. Não temos isso ainda, não temos essa visão estratégica. A gente ainda está muito... Ah, somos e tal, e aí? Mas o que a gente está fazendo na plenitude disso? Muito pouco. Então, eu diria para você, sim, tem, mas é muito pouco! Para o tamanho da possibilidade, para a potência que significa isso, é muito pouco. A gente tem algumas iniciativas, como a Brasília Design Week, que é maravilhoso, um evento fantástico, que nos dá essa visibilidade. Mas precisaria mais, precisaria que todos estivessem envolvidos nesse processo.

E cada ação, eu diria assim, nota legal, Nota Legal eu botaria junto uma nota legal se aquele estabelecimento tivesse algum compromisso com a Cidade Criativa do Design. Então ele vai ter um pontinho a mais, ele vai ter um benefício a mais. Esse tipo de coisa, olhar estrategicamente isso. E não me parece que a gente está nesse lugar ainda. Me parece que a gente ainda precisa tomar consciência disso. Porque isso significa pensar, todos pensarem a cidade! E nós, infelizmente, ainda estamos em um movimento, “nós pensando por nós é melhor”. Cada um pensando por eu, por este eu, na nossa cidade. E não por este eu

pensando pelo todo da nossa cidade.

Então a gente tem um deslocamento do ponto de vista social, do ponto de vista econômico e até do ponto de vista cultural para se colocar. A gente vai enxergar alguns movimentos interessantes nas regiões administrativas, que estão fora do Plano Piloto, até por elas se sentirem numa situação periférica, esse movimento mais comunitário, mais coletivo acontece no Gama, acontece em Taguatinga, acontece em Planaltina, acontece em Ceilândia. Mas não é uma coisa, eu diria assim, institucionalizada. Ela está um pouco orgânica, que é ali por necessidade e não por estratégia. Há movimentos que a gente está fazendo por necessidade e não por estratégia.

### **E3.R4**

Vamos entender primeiro “O Que é Design”! Há uma multiplicidade hoje de definições sobre o que é design. Então, diante dessa multiplicidade, eu posso ousar apresentar a minha compreensão de design. A minha compreensão de design é que o design hoje é uma interface. Ela é uma interface, ele é uma interface entre várias das atividades criativas, se não na sua totalidade, como também de várias das atividades contemporâneas hoje. Eu lembro que, de certa feita, eu estava em uma mesa em que se mostrava inovações, e o meu colega de interlocução na mesa me apresenta o Case da Gillette. Gillette, aquele aparelho de barbear, etc. E ele mostrou o processo de quando foi mudando e foi melhorando, uma lâmina, duas lâminas, lâminas mais finas, mais grossas etc. E foi mostrando todo aquele processo. Aí eu falei, vocês perceberam que o principal elemento que determinou esse processo de inovação está exatamente no design do artefato? Então, durante todo o percurso da Gillette, a gente vai perceber o quanto o design foi sendo melhorado no sentido de promover uma experiência melhor para o usuário.

E eu acho que é isso que é o segredo e a compreensão de interface. Por que interface? Porque ele estabelece essa relação de comunicação e de experiência com o usuário. Isso é para o carro, isso vai estar nas roupas mais arrojadas, porque o figurino vai partir do processo de ideia de quem desenvolveu a roupa e a forma da roupa. As cores da roupa são inspirações e são ferramentas presentes no design. Na hora que ele está desenhando, ele está imaginando. Então, ele está sendo tomado por algumas referências importantes e caras ao design. Então, o design é essa interface que comunica a proposta de qualquer natureza de produto com o seu usuário. Posto isso, não há atividade no Distrito Federal que não possa ser trabalhada no design a partir desse lugar. A gente pode trabalhar isso no Artesanato, a gente pode trabalhar isso na própria Gastronomia, a gente pode trabalhar isso até no sistema do Turismo, nessa indústria importante que já falamos, e que está no hotel, que pode estar no aeroporto, que pode estar em cada lugar que esse turista for recebido.

Então, como a gente está falando em trabalhar o design do ponto de vista social, a gente tem hoje um movimento muito interessante chamado na moda de *Upcycle*, que é exatamente você pegar roupas usadas e retrabalhar essas roupas, reciclar essas roupas a partir de uma nova configuração. Hoje nós temos, numa cidade chamada Ceilândia, por exemplo, um grande conjunto de oficinas em que se faz o *Upcycling*. São estúdios de confecção pequenos, modestos, mas há coisas maravilhosas que estão sendo criadas nesses lugares com grupos pequenos de pessoas, grupos que incluem pessoas, grupos que

criam espaço de participação no mundo do trabalho dessas pessoas. Então, é claro que essa perspectiva do design, olhada nesse lugar da interface, nesse lugar de relação entre quem produz e quem consome ou experiência aquele produto ou serviço, é uma forma, sem dúvida, na minha perspectiva, de acessibilidade de quem está fora do jogo. De quem está fora do jogo.

### **E3.R5**

Eu acho que eu já respondi toda essa pergunta nas perguntas anteriores! Indiscutivelmente, o principal potencial é que ela é o DNA da cidade criativa. Você faz um evento, você vê o jeito que as pessoas vão. Aquele movimento do Eixão, nos finais de semana, a maravilha que é aquilo. Aí você tem lá, uma política em contrário à naturalidade daquele movimento. Aí eu quero taxar as pessoas, eu quero impedir que façam movimento na cidade, o cara não pode estar tocando música ali.... Aí começam os negócios que simplesmente tentam bloquear o movimento natural. Então, é uma incapacidade de compreensão. Então, qual é o desafio? Desafio número um, compreender o tamanho da potência que se tem, e fazer algo em favor da transformação desta potência em ação. Sair da inércia, sair dessa inércia. Esse é o desafio! Ah, qual o desafio? Sair da inércia, eu diria. Esse é o desafio, os outros serão consequência.

E à medida que isso for percebido, e a gente compreender a possibilidade total de Economia Criativa em todos os seus domínios de realização, nós teremos perfeita condição de produzir geração de riqueza, distribuição de riqueza e inclusão. Transformando Brasília num exemplo de como um país como o nosso, tão desigual, com tantas complexidades sociais, culturais e econômicas, pode se transformar num exemplo de resiliência e superação. A partir da inclusão de todos numa visão e compreensão dos processos de produção, circulação e consumo das atividades criativas.

### **E3.R6**

Sentar e fazer um plano estratégico de longo prazo! Para além da sazonalidade dos governos, para além da sazonalidade das pessoas que estão em determinados postos de governo. Trabalhar uma visão estratégica de longo prazo e executar isso. Sair do plano das possibilidades para um plano de ação, com metas anuais para serem cumpridas, por todos os entes envolvidos.

Academia, setor público, setor privado e aquilo que se convencionou chamar de sociedade civil, que são essas organizações ou esses movimentos associativos que não são necessariamente oficiais, mas que aí estão e que estão em processos até bastante interessantes, que precisariam ter lugar, voz, enfim. Resumo da obra, sentar e trabalhar!

*Algo mais que você gostaria de acrescentar ou sugerir para aprofundar essa reflexão?*

Volto a dizer, a gente precisa ter consciência de que a gente está sentado em cima de uma mina de ouro. É só isso. Atenção, olhe onde você está sentado! Você está sentado numa mina de ouro!

A melhor maneira de resolver o problema da desigualdade, o problema da inclusão da periferia econômica é aproveitar esse ouro, que são as pessoas. A capacidade das pessoas. A diversidade é uma riqueza. É uma riqueza! Brasília, eu digo isso, é uma síntese do Brasil. O Distrito Federal é uma síntese do Brasil. Se a gente conseguir compreender isso e colocar em ação essas ideias, e todos perceberem isso e pararem com essas idiossincrasias, ponham de lado as idiossincrasias, pensem no coletivo. Eu acho que esse é um desafio não só do Distrito Federal, não só nisso que a gente está falando, esse é um desafio civilizatório, nesse momento. A gente foi conduzido, por várias razões, para um lugar do eu só.

Marilena Chauí diz que nós vivemos um narcisismo digital. A gente esqueceu de olhar o outro e para nós, os meios das redes nos quais a gente está e para os quais a gente fica trabalhando de graça o tempo todo, eles servem apenas ao nosso narcisismo digital. A gente quer nos ver nós mesmos nas redes sociais. Então, qual é o grande desafio, qual é a grande reflexão? Quando a gente vai passar a olhar para o coletivo. Porque o coletivo, o que eu faço, impacta em você. O que você faz impacta em quem está perto, em quem está do outro lado, em quem está ao seu redor.

Não tem como a gente ignorar isso mais. Qualquer coisa, que assim fizermos, terá impacto no outro, não só na gente. Então, se existe essa cadeia de interdependência, o que nos falta para a gente compreender a necessidade de uma perspectiva coletiva e, eu diria assim, um período sabático para as idiossincrasias. Vão viajar, vão à Lua, vão para Marte! Entrem na onda do Elon Musk, vão para Marte! E deixa a parte humana nossa operar nessa perspectiva de compreensão coletiva. Desejo boa sorte no seu trabalho, que ele possa nos ajudar nessa caminhada, porque é uma caminhada que a gente tem que fazer juntos! Então, por isso que eu acho que cada ato e o seu trabalho entendendo dentro desse lugar, é essencial para a gente andar, mesmo que sejam centímetros, mas a gente anda. Vamos para frente! A visão precisa ser colaborativa, né? Todo mundo junto, né? Isso, isso, isso, perfeito! Prazer te conhecer, desejo sucesso aí!

## **ENTREVISTA 04**

### **E4.R1**

Eu acho importante porque Brasília já é uma cidade arquitetônica. A gente tem muitos nomes aqui e tombamentos, que eu acho importante. Eu percebi que, mesmo nós aqui de Brasília conhecendo tanto daqui, tem muita gente daqui que não conhece, tem muita gente de fora, de dentro da nossa profissão que não tem ideia o quão é importante Brasília ser uma cidade criativa. Eu acho que já tá dentro da gente, dentro da nossa arquitetura, dentro do nosso ser: Ser isso!

E eu acho que, tendo essa visibilidade, muito mais pessoas da área e fora da área vão conhecer esse lado legal de Brasília. Que as pessoas enxergam Brasília só como uma cidade política e é o que menos a gente tem aqui. Na verdade, nós que moramos aqui, sabemos que o que menos tem no nosso dia a dia é política. Acho que é isso! Se você chegar para os seus entrevistados e informar quais são as três Cidades Criativas do Design:

Brasília, Fortaleza e Curitiba. Aí você perguntar o motivo, um motivo. Qual o motivo que você acha de cada cidade dessa ser Cidade Criativa do Design?

Eu, por exemplo, só sei responder sobre Brasília, por causa da arquitetura! Na época, por causa da arquitetura e por causa do design. Se você parar pra pensar, eu não sei por que Curitiba foi escolhida. Eu não sei por que Fortaleza foi escolhida, não tem na minha memória isso. Mas se você perguntar para qualquer brasileiro, por que você acha que Brasília é Cidade Criativa do Design? Ele vai saber responder algum ponto aqui de Brasília. Então eu acho que o título mais merecedor é o daqui, de todos!

#### **E4.R2**

A gente participou da semana do BDW, o ano passado, que foi muito legal. Só que eu acho que esse ano as forças se desuniram, eu acho que falta uma união de forças. Eu acho que a gente não entende o motivo, assim, eu trabalhando nessa área, eu acho que as pessoas precisam entender que design é um só, e a gente tem que unir as forças de todas as diversidades, para a gente criar um design mais coeso, entendeu? E essa união falta, falta essa união para a gente crescer mais ainda.

#### **E4.R3**

Ah, eu acredito, sim! Eu acho que está tudo andando em conjunto. Eu acho que entra política pública, entra educação, entra governo e entra o design como Cidade Criativa. Eu acho que a gente tem que caminhar juntos, né? Para um benefício maior para a população.

#### **E4.R4**

Ah, eu acho que mexendo no urbanismo, levando cultura para as cidades satélites mais periféricas, trazendo o pessoal, estudantes, por exemplo, que eu acho muito interessante da cidade satélite, para conhecer Brasília num todo, o avião, conhecer a arquitetura, conhecer o design daqui. Eu acho que essas políticas de inclusão mesmo, começando desde a parte estudantil até mais para frente. Eu acho que esse é o maior papel, é a educação mesmo.

#### **E4.R5**

Nossa, eu acho que tudo começa da educação, né? E eu acho que hoje, tudo começa das crianças. Eu acho que é difícil a gente mudar a mentalidade das pessoas mais velhas em relação a esse novo método de viver, né? Mais sustentável, principalmente. Então, eu acho que a gente tem que começar a ensinar isso desde criança para a gente conseguir uma mudança a longo prazo, em relação à cidade criativa, sustentabilidade e outros afins. Eu acho que o maior desafio é introduzir isso na educação.

*A gente tem visto que a população quase não sabe também, desconhece esse título.*

Não, não conhece. Não há divulgação, né? Não, é super desconhecido! Ó, para você ter noção, se nós duas não fizéssemos parte dessa comissão o ano passado, eu tô dentro da área, sou designer de interiores, eu não ia saber do título de Cidade Criativa. Então, falta divulgação, falta educação, falta divulgação nos meios de comunicação mesmo. Não só boca a boca, sabe? Mas pra isso, igual a pergunta passada, acho que tem que ter união entre as forças, né? Isso também é um desafio, porque é uma área, o design é uma área ainda vista como elitizada e isso traz um ego para algumas pessoas que não sabem lidar com isso. Por isso que a gente tem tanta repulsa entre as partes, entendeu? Eu acho que falta isso.

#### **E4.R6**

Nossa, cara, eu não sei. Porque eu acho que um trabalho legal que eu acho que a UDF faz, que eu acho que tinha que se expandir para todas as Universidades, é levar a escola para as periferias para conhecer as profissões dentro da Universidade. Acho legal isso, eles passam um dia conhecendo todas as profissões, não só as profissões de design. Mas tem a semana do design, tem a semana da odontologia. Eu acho que levar o jovem para ter essa vivência. E a gente também expandir essa parte de conhecimento extra para todos os lugares de Brasília. Porque para mim, na minha cabeça, tudo começa na educação.

Eu acho que é o que a gente pode fazer de melhor. É trazer o jovem para entender a importância da cidade dele. E fazer ele se apaixonar como nós duas, por exemplo, somos apaixonados por Brasília. Mas a gente vive isso! Os jovens não! Meu filho, por exemplo, está no sétimo ano. O sonho dele é ir embora do país! Ele já planeja isso. Na cabeça dele, ele acha que as oportunidades para um grande crescimento só estão fora do país.

E isso se deve a quem? Ao governo que não dá incentivo, não divulga. Ele mora numa cidade extremamente moderna. Cheia de prêmios. E ele acha chato estudar o que é daqui. Ele gosta de saber o que é de fora. Entendeu? Então, a gente precisa mostrar para os jovens o tamanho da nossa importância. Não só a nível de Brasília, não. A nível de Brasil mesmo. Para eles não terem vontade de ir embora. Para eles terem vontade de investir aonde? No país deles! É isso.

#### *Gostaria de acrescentar algo mais para aprofundar a reflexão?*

Acho que expansão de conhecimento, sabe? E eu acho que é explorar o que a gente tem de melhor. Eu acho que a cidade criativa vem pra isso, sabe? pra mostrar a brasilidade que a gente tem e a gente gostar e ter orgulho disso! Nossos profissionais, colocando isso projetualmente pros nossos clientes, e os estudantes com vontade de conhecer de onde eles são e o porquê! E querer investir aqui, porque o investimento político é pouco. Então eu acho que tem que ter o investimento da educação para a gente crescer.

A gente tem que plantar uma sementinha, mesmo, sabe? E regá-la diariamente, como a gente rega diariamente? Mostrando sempre, divulgando sempre, né? expandindo esse conhecimento pra eles crescerem com isso intrínseco mesmo, e querer passar isso para todas as gerações. Eu acho que o Brasil só vai crescer dessa forma, a gente só vai ter orgulho da gente dessa forma, mas é um passo de cada vez mesmo!

*Seria o caso de ter políticas públicas e investimento do Estado?*

É, com certeza, com certeza! Eu acho que é esse caminho mesmo!

Eu sei que você tem uma super boa vontade no seu voluntariado, mas não dá pra gente ficar vivendo só de voluntariado, né? A gente tem que ter investimento, né? Então, pra gente até ter gás pra fazer mais alguma coisa. Imagina a gente com verba pra fazer as coisas, o tanto que a gente gosta de trabalhar. Então a gente não tem investimento, é muito cansativo ficar lutando contra a maré! Sabe?

Eu acho que precisa muito desse investimento nas políticas públicas pra gente ter o reconhecimento que a gente merece! E eu acho que tem, né? As pessoas só distribuem de forma errada. Acho que a melhor distribuição é pensando nisso, e eu espero que um dia o nosso país entenda que a educação é tudo, e com isso a gente vai crescer de verdade!

## **ENTREVISTA 05**

### **E5.R1**

Bom, eu estou envolvido diretamente nessa chancela tem aproximadamente dois anos. A chancela foi adquirida em 2017 na gestão de outro governador e que, na minha visão, ao meu ver, diante de todo esse processo desses últimos dois anos, eu entendo que Brasília, com toda a característica que tem como uma capital moderna, como uma arquitetura extremamente moderna e como uma cidade que nasceu do zero, que é um case internacional de arquitetura, ela, num primeiro momento, pleiteou essa chancela principalmente por causa da arquitetura da cidade, que é, puro design, na arquitetura, nos traços, nas curvas, que Brasília tem em todo o entorno e as cidades satélites também. Você tem cases de arquitetura em todas as cidades.

E, portanto, eu entendo que, naquele momento, Brasília foi contemplada sem sequer ter um dossiê à altura. Por que eu estou falando isso? Porque só pelo fato dela ter arquitetura moderna, ela foi considerada uma Cidade do Design. Tanto é que pessoas que, naquela época, trabalharam no dossiê que foi submetido para a designação da chancela, falaram que teve uma pessoa, se não me engano da Índia, que comentou que Brasília, por si só, só de ter esse nome e de todo o histórico da construção da capital, já merecia o selo, já merecia a chancela, já merecia a designação. Portanto, no primeiro momento, a minha percepção é que esse selo veio para chancelar algo que já existia, que era a arquitetura da cidade.

Nesses últimos dois anos, quando a gente começou a trabalhar com a Secretaria de Turismo, quando a gente começou a trabalhar mais próximo do governo, e entender esse processo desde o início da chancela, nós começamos, com o grupo de trabalho da Associação, a entender que essa chancela não é só a arquitetura da cidade, não é só monumentos da cidade, não é só aquilo que a gente vê. E a gente começou a trabalhar, no sentido exatamente que eu considero mais relevante, que é o design como um meio para

propor ferramentas de soluções, sejam elas econômicas, sejam elas sociais, e muito mais do que isso, trabalhar na construção de valor de tudo aquilo que a gente vê, de tudo aquilo que a gente percebe, isso é o design.

Quando a gente fala da chancela, eu acredito que o design, ou nós profissionais designers da cidade e demais agentes do ecossistema, da economia criativa, a gente tem muito a contribuir para fazer com que essa chancela seja vista e entendida principalmente pela população da cidade, e primeiramente pela população da cidade, de uma maneira que ela não é um troféu, que ela não é simplesmente um produto de prateleira que a gente olha, fica feliz da vida, e fala esse troféu Brasília ganhou, eu sou designer, e eu tenho ele lá na minha empresa, não! Então assim, eu percebo que num primeiro momento, essa chancela veio para ficar na prateleira, sabe?

Logicamente ela não tem aquela importância de patrimônio cultural da humanidade, que são os outros títulos que Brasília tem, na Unesco e mundo afora, mas assim, é algo que veio para agregar valor, e porque uma, duas, sabe? Um grupo de pessoas achou interessante por aquilo que tinha, e que era muito estático. Então assim, eu acredito que é importante, mas a gente precisa trabalhar de maneira diferente. Eu acredito que podem ter muitos impactos, principalmente sociais, que a gente pode trabalhar, seja associação, seja cadeia produtiva, seja academia, e todo mundo junto, o ecossistema do design, para que realmente a gente entenda o que é a chancela.

## **E5.R2**

Olha, tem vários cases que foram realizados desde 2017, principalmente no ano de 2019. Tiveram vários eventos de design, talvez eu, como não estava inserido, envolvido naquela época, talvez você tenha conhecimento de vários deles. Mais recentemente, a gente acabou se envolvendo, eu acabei me envolvendo no próprio grupo de trabalho do Ponto Focal de Brasília, Cidade Criativa do Design, que é formada dentro da Secretaria de Turismo. Para você ter ideia, essa chancela ficou esquecida de 2019 até 2022. Ela ficou esquecida. Foram três anos ali, onde foram pouquíssimas ações de design por parte do governo. O setor criativo e a cadeia produtiva sempre estiveram atuantes.

Nós, da cadeia produtiva, vamos sempre realizar, independente de governo fazer ou não fazer. Mas assim, por parte das políticas públicas, principalmente do governo, a gente percebe que houve realmente um *gap* muito grande, onde essa chancela ficou praticamente esquecida a ponto de não haver representação de Brasília nos encontros da rede brasileira de cidades criativas, chamada E-Criativa, e também e principalmente Brasília não participou do encontro do *cluster de design* que aconteceu em Santos, se não me engano, em 2022. E ficou muito feio para Brasília, porque foi o encontro do *cluster de design*. Ali tinham 49 cidades representadas no mundo e Brasília não estava. E isso era uma responsabilidade da Secretaria de Turismo do governo.

E, a partir de 2022, 2023, 22 para 23, quando eu, particularmente, comecei a tomar pé da situação, juntamente com outro colega da associação, a gente começou a falar, poxa... E eu trouxe ele para perto, fui aprendendo sobre cidade criativa, fui aprendendo sobre chancela e falei, poxa, eu acho que isso não pode ficar assim. Até então, eu acredito que

naquele momento não fazia diferença ter ou não ter chancela para mim. Só faz diferença quando a gente entende o que é a chancela, quando a gente entende quais impactos essa chancela pode trazer para a gente. E hoje eu entendo. Mas o que eu quero dizer é que, a partir de 2022, mais para 2023, onde a gente começou a trabalhar, por exemplo, a articulação de um grande evento de design aqui em Brasília, envolvendo as cidades criativas do design, um evento inédito, mas, principalmente, eu comecei a investir do meu dinheiro para participar do encontro da E-Criativa. Brasília não estava!

Então, assim, a gente foi procurado por uma pessoa da secretaria para retirar o mobiliário da nossa associação lá da Torre Digital, que você sabe, você participou naquela época do Centro de Atendimento ao Turista voltado para o Design. Na época lá, de uma outra secretária, um outro subsecretário fez, e nós estivemos lá, a gente contribuiu, nossa empresa contribuiu, você sabe disso. Mas, assim, a gente foi chamado em 2022 para retirar. Quando a gente sabia quem era, um subsecretário novo, ele falou, poxa, eu estou tirando; aí a gente falou para ele, você conhece a chancela? "Não, não conheço"! Então, você não sabe? "Não, não sei".

Ele achava que essa chancela estava na Secretaria de Cultura, porque todo mundo acha que está na Cultura, e deveria estar na Cultura! Só que, assim, um parênteses, para a gente é muito bom que esteja no turismo, até porque eu acho que tem muita coisa, porque a economia criativa pode fazer no sentido de turismo para a nossa capital. Mas, só retornando e concluindo, quando a gente falou dessa chancela para ele, ele ficou assustado. Aí foi quando ele nos levou para perto, a gente foi para, praticamente, entre aspas, dentro da secretaria, auxiliar no resgate de memória e descobriu que não tinha nenhum documento, que não tinha nada, apesar dos anteriores falarem que tinha, sabe, tudo registrado lá, eles não encontraram!

E lá vamos nós trabalhar com resgate de memória desde 2017. Fomos atrás de Dossiê, fomos atrás de relatório de monitoramento dos primeiros quatro anos e conseguimos colocar tudo isso dentro da Secretaria. Então, assim, essa foi uma grande iniciativa que eu, particularmente, participei em nome da nossa associação, que foi resgatar a memória, resgatar documentos e, mais do que isso, compartilhar esses documentos com todo o Distrito Federal, com toda a cadeia produtiva, que eu acho que é de grande importância que todo mundo saiba.

De lá para cá, a gente tem participado de vários eventos, a gente está na BDW, Brasília Design Week, eu participei de uma oficina de sinalização, a nossa associação Adegraf faz parte, ela apoia; logicamente, a gente está buscando um espaço muito maior pela importância do design gráfico de Brasília e do Distrito Federal. E a gente participou da BXB, nós participamos da BDW ano passado e está aberto o convite para participação da BDW esse ano. Além disso, participamos do Fórum, que eu acho que a gente vai falar mais adiante, e de outras ações importantes aqui relativas à chancela.

### **E5.R3**

Eu vou te falar o que eu percebi particularmente a partir de dois anos que eu estou trabalhando diretamente com a chancela, participando dos encontros de Campina Grande

em abril de 2024, Recife em novembro de 2024 e participei agora em abril de 2025 do encontro de Penedo. E prontamente já estive com a Ruth (Klotzel) lá em São Paulo e com a Fernanda Martins em Belém do Pará. Quem são essas pessoas? Nós sabemos!

Pessoas extremamente importantes do design brasileiro de 20 anos pra cá. Então, assim, são pessoas que, por exemplo, a Ruth trabalhou na fundação da ADG, sabe? Então, assim, eu vejo que existe um poder muito grande nessa chancela. E o que eu quero falar pra você? Eu falo pra todas essas pessoas que eu tive contato que o meio que eu vejo de o design alcançar um patamar mais elevado, seja em relação ao governo, seja em relação a cargos públicos, seja em relação a cargos diretivos, seja numa secretaria, seja num ministério, é através da chancela que Brasília, Curitiba e Fortaleza têm.

Essa chancela para essas cidades, ela consegue trazer uma visibilidade do design dessas cidades e, conseqüentemente, o trabalho que nós estamos fazendo, principalmente através do Conselho do Design, que você faz parte, é trazer esse pessoal pra perto pra que a gente crie um grande debate sobre o design nacional. Então, assim, olha como é importante, porque a gente não tem recurso pra fazer um Fórum Nacional de Design. Mas nós estamos trabalhando, igual trabalhamos ano passado, para trazer recurso para fazer o segundo fórum Cidades Criativas do Design em Brasília.

E, possivelmente, aconteça. Logicamente, nós vamos participar do processo seletivo e a gente espera que a gente consiga. Mas, seja a gente, seja outra instituição, vai ter algo diretamente ligado à chancela com recurso do governo. Então, assim, poxa, olha como a gente pode fazer alguma coisa e utilizar essa chancela para potencializar, para construir ainda mais valor em relação ao design nacional. Então, assim, eu acredito, sim, que essa chancela, ela gera grandes impactos. Nós estamos trabalhando com o Sebrae, já, com o grupo de trabalho, para formação do Comitê Gestor e, conseqüentemente, como Fortaleza deu a ideia e eu vou trazer pro nosso grupo, criar uma setorial de design.

E essa setorial, o que ela vai fazer? Ela vai agregar todo mundo, congrega todo mundo, como o Conselho já propôs isso. E a gente tem, hoje, agentes de todo o ecossistema no conceito do design da Associação Comercial. Aliás, quero deixar um grande registro do nosso presidente, que deu essa abertura pra gente. Teve outro órgão que tem muito dinheiro, mas que não olha pro design. Eles olham para todas as áreas da economia criativa, menos pro design. E qual foi a nossa luta nesses dois anos, até pela briga de políticas públicas? Você tem, hoje, 50 milhões de reais, ou muito mais do que isso, numa Secretaria de Cultura, onde 8 milhões, ou 6 milhões, ou 4 milhões é pro design, o resto é pra cultura.

Não que seja muito, mas pro design, você tem menos de 10% e numa chancela que é de Brasília. Então, assim, eu acredito, sim, e nós vamos trabalhar ainda mais nesse ativismo, nessa militância do design, pelo design que a gente vive dele, e a gente que gosta e que defende essa chancela, não somente pra gente, mas para toda a população, tem que ter políticas públicas extremamente viáveis para aquele que tá mais embaixo, que ele tem o mesmo acesso que a gente, que já tem um certo reconhecimento do mercado, também tem.

## E5.R4

Olha, eu acho que as ações do design, não só de Brasília, mas do Brasil, elas sempre foram muito focadas em design autoral. E, diante disso, acabou elitizando demais o design, esse termo, não somente junto à população, mas junto até mesmo à comunidade criativa. A gente tem uma grande maioria da comunidade criativa, penso eu, sabe, de designers que não fazem exposição, não participam de concursos, e, na verdade, o que a gente vê e o que eu pude perceber nos últimos dois anos é exatamente isso, é que você tem muitos concursos interessantes, você tem muitas exposições interessantes, mas que é muito design autoral, é muito design de pessoas famosas, que só pelo nome emplaca um prêmio, emplaca uma exposição. Mas, enquanto isso, ali na base, quem faz de verdade acontecer, ele fica excluído, ele é preterido, sabe?

E eu falo para você porque eu participei de dois concursos com projetos muito interessantes, logicamente os nossos projetos sempre vão ser os melhores, né, mas eu sempre falo assim, poxa, eu participei, nós fizemos o bicicletário do JK Shopping, que hoje é uma pegada de sustentabilidade extraordinária, um bicicletário que ele não criou somente peças de design gráfico, mas também de ambientação, sinalização, também de luminotécnica, também de arquitetura, também de design de experiência, e nós entramos e nós ficamos na *Shortlist*, num grande prêmio realizado no Rio Grande do Sul, mas quando eu soube para quem eu perdi, eu, particularmente, entendi que eu perdi para o nome da pessoa, sabe? Então, o que eu quero dizer com isso? Que sou eu? Não, não sou eu, é qualquer um de nós.

Quando é que a gente vai ter abertura, sabe, no design de verdade, se nós que somos os principais envolvidos no design, temos essa "preferência" em relação a algumas coisas, imagina quem não conhece o design. E essa pergunta que você faz sobre como pode contribuir para a questão de inovação social, eu tenho uma visão completamente diferente, eu estou na pegada de Fortaleza, Cidade Criativa do Design, onde eu tive a oportunidade de conhecer o Alberto, Ponto Focal, a Aldi, presidente da Ceará Design, e principalmente a professora Lilu, da Universidade Federal. Ela tem um coletivo da universidade que faz trabalhos extraordinários, e eu acho que é isso que o design de Brasília tem que fazer. O que eu quero falar? Design Social. A gente precisa trabalhar para a população, mas muito além de trabalhar para a população, a gente precisa trabalhar com a população.

Nós temos hoje, sabe, pessoas extremamente criativas dentro da comunidade, seja ela uma comunidade do Lago Sul, seja uma comunidade do Sol Nascente. Nós, por exemplo, emplacamos um projeto de esportes e ginástica rítmica para crianças carentes de 7 a 18 anos de idade, na Cidade Estrutural, no Sol Nascente, na Ceilândia, na Vila São José em Vicente Pires, em comunidades extremamente vulneráveis, onde nós aplicamos um pouco de design, aplicamos no esporte também, sabe, trabalhamos uma identidade visual, trabalhamos com design de experiência e, literalmente, transformamos a vida dessas meninas, porque o nome do projeto é Campeãs para Toda a Vida. E esse projeto, ele faz com que as famílias venham para perto. Você precisa ver o evento de encerramento, tinha mais de 200 familiares, sabe, onde 50 meninas da última edição do projeto fizeram uma apresentação que, em seis meses, aprenderam a introdução à ginástica rítmica.

E eu estou falando aqui de um esporte extremamente elitizado e caro. E, da mesma forma que as pessoas veem a ginástica rítmica como esporte extremamente elitizado e caro, e quero aqui destacar que o Brasil foi campeão mundial, agora, na ginástica rítmica, com a comandante Camila Ferezin, que veio fazer uma oficina com as nossas crianças aqui em Brasília, da mesma forma é o design; como, as pessoas olham para o design e dizem, não, isso é muito elitizado, isso não cabe aqui, apesar do design estar na garrafa, do design estar na cadeira, na caneta, no óculos, no batom, em tudo. Então, assim, eu acredito, sim, que o design pode contribuir para uma inovação social através da transformação nos territórios.

E como é que se faz isso? É a gente identificando, mapeando talentos, mapeando criativos, e não estou falando criativos só de design, não, só de economia, não, estou falando de pessoas, da própria comunidade, da própria população, da própria comunidade local, da própria rua, da própria quadra, que estão fazendo acontecer. Eu sou, e eu tenho observado isso, inventei uma pós-graduação de economia criativa, que eu preciso entender um pouco mais, mas eu tenho visto também, assim, na minha casa, você sabe, minha mulher, sabe, ela é extremamente, assim, está lá na criatividade dela agora, fazendo as bolsas dela. Então, assim, a gente precisa valorizar, e não falo só de uma pessoa, eu falo de um território, de uma comunidade. Eu acho que a gente tem muito projeto para inovar socialmente.

#### **E5.R5**

O maior desafio é a gente conseguir recursos para executar as tantas ideias extraordinárias e projetos que a gente tem, sabe? Eu não posso citar todos os projetos, mas vou dar um exemplo para você de um projeto que eu falei anteriormente na pergunta sobre inovação social, que é um projeto onde a gente propõe um concurso público, onde a gente envolve universitários de várias áreas, como, por exemplo, designers, arquitetos, engenheiros, pessoal de TI, pessoal de psicologia, assistente social, onde ele trabalhando diretamente com uma liderança comunitária local que vai identificar, mapear os talentos locais e os criativos locais e as ações criativas referentes ao design e à economia criativa, vão trabalhar junto com uma metodologia que a gente está conhecendo mais dela, chamada *placemaking*, que é transformação de espaços, são fazedores de coisas, onde a gente vai trabalhar numa mentoria com designers profissionais, com profissionais de outras áreas também, com esse grupo, e eles vão escrever o projeto.

Para que esse projeto? Para transformar aquele território. Então, imagina se a gente tem recurso para lançar esse projeto e a gente consegue trazer um projeto de cada R.A. Nós vamos ter mais de 30 projetos, sabe? Logicamente, um edital desse, uma chamada desta, com recurso que talvez a gente consiga, que seja lá através de emenda parlamentar, com fomento lá do parlamento, ou de repente chamamento, não sei, mas se a gente consegue, o primeiro, a gente consegue fazer um trabalho junto com a população, envolvendo a academia, envolvendo a comunidade, envolvendo a cadeia produtiva local, porque essa metodologia de *placemaking* é muito legal, porque é assim, se a população investir R\$ 1,00, a gente pode fazer um desafio.

E nós estamos falando aqui do desafio de quê? De ter dinheiro para executar projeto, e a gente não tem. Então, você pega um recurso público que seja, com apoio de algum

parlamentar, implementa esse projeto, e aí você fala, população, exemplo, nós temos aqui uma comunidade criativa local, vocês aqui são excelentes no artesanato, algo que só vocês fazem. Poxa, uma liderança dali vai formar o grupo com mais cinco estudantes, vão ter a mentoria de um profissional, e vai começar a trabalhar na potencialização dos valores e dos talentos daquele território.

E isso vai se transformar em quê? Em algo, e eu não estou falando aqui, sabe, de pintura de parede. Pintura de parede é transformação visual, é, a nossa praia é, mas isso não transforma a cultura inicialmente ali, nem resolve o problema. O que a gente quer? Inovar e empreender. Então, esse projeto de inovação social através do design, ele vai inovar, vai. E como eu estava falando, imagine que a gente faz um desafio para a população, ela, cada R\$1,00 que ela colocar, o comércio do comércio coloca R\$4,00. Cada R\$1,00 que ela colocar, um outro potencial patrocinador, por exemplo, que seja lá, sabe, de tintas, vai lá e coloca R\$5,00. Então, assim, a gente começa a ter a participação.

E a diferença desse projeto para simplesmente uma transformação de design na questão urbana é que quem vai realizar e quem vai executar é a própria comunidade. Não são os designers que vão chegar lá com o projeto pronto, sabe, igual a gente chega num cliente privado e fala, está aqui, o seu problema é esse, a nossa proposta de solução é essa. Não! Esse grupo de trabalho, ele vai trabalhar, ele vai construir essa solução através da metodologia de *placemaking*. Ele vai entender o processo, a metodologia e criar um planejamento para que ele possa transformar aquele local. Então, assim, eu acredito que isso é um grande desafio.

E qual o desafio que a gente está falando? Recursos. Sabe, nós temos hoje o envolvimento da Secretaria de Turismo, que está próxima da chancela, realizando grandes ações, fazendo investimento dentro das limitações de orçamento que eles têm, mas estão realizando. Então, nesses últimos dois anos, tivemos ano passado o Fórum Cidades Criativas do Design, que nós fizemos a direção e que tivemos uma equipe extraordinária de designers, aqui de Brasília, participando.

Esse ano, nós já temos trabalhado e convidado o pessoal de Curitiba e Fortaleza para participar da organização, porque o Fórum é das Cidades Criativas, não é só de Brasília. E eu acho que essa é uma visão que Brasília voltou para o cenário nacional, que foi muito importante. E O que é? Todo mundo olha para Brasília como sendo, vou falar abertamente, a cidade da corrupção, como sendo a cidade dos políticos. E Brasília não pode carregar esse peso. A gente tem aqui um centro do poder que não tem nada a ver com a capital, não tem nada a ver com Brasília, sabe? Brasília, para mim, eu morei a minha vida toda na Ceilândia. Brasília, para mim, é o povo humilde, simples, porém extremamente honesto e criativo da Ceilândia, de Planaltina, do São Nascente, que todo dia levanta cedo, pega um ônibus lotado e vem trabalhar. Que volta para a cidade às escuras, num perigo terrível, entendeu? E vai descansar ali seis horas, quatro horas, para voltar no outro dia para trabalhar. Logicamente, o problema que toda cidade grande tem.

Mas nós aqui precisamos ser vistos como esse povo. E muito mais do que isso, como uma capital extremamente plural, de nordestinos, de mineiros, de sulistas, que todo mundo está aqui. Então, a gente tem um grande privilégio, que é a mesclagem ou o sincretismo de

todas as culturas do Brasil e Brasília. Então, por que não valorizar isso? E eu acredito que a gente precisa trazer o setor privado para perto. A gente precisa, como a gente tem falado entre nós, de padrinhos do setor privado. De grandes empresas que olhem, não somente para o valor do design autoral, como a gente estava falando, para fazer uma grande exposição ou para produzir grandes mobiliários aqui. Não só para isso, para isso também. Mas, principalmente, para investir numa população. Eu acredito que o design tem esse papel.

Nós profissionais da economia criativa, nós profissionais do ecossistema do design temos um papel extremamente fundamental. O que o Conselho do Design está fazendo? Congregando, trazendo todo mundo para perto, ouvindo todo mundo. E tentando colocar isso em projetos, como eu falei para você, esse projeto de transformação territorial tem um nome. Sabe? Outra coisa que eu acho que vai contribuir para a gente tentar dar visibilidade, através do *podcast*, nós vamos fazer um *podcast* agora na Associação Comercial, e eu estou pensando no nome de um programa do design. Inclusive, uma grande publicitária de Brasília, que comanda aqui uma grande construtora, ela falou para a gente: vocês têm que aparecer na mídia. Vocês têm que falar para a população o que é o design e como nós vamos aparecer?

Hoje, nós temos um poder muito grande, através da internet, das redes sociais, dos canais digitais, de divulgar, de trazer essa sensação de pertencimento. Mas, e eu concluo aqui, falando o seguinte, para você entender o que é a chancela, para você saber exatamente o que é, você tem que participar dela, como nós participamos desde 2017. Então, quem não participa, não vai ter essa sensação de pertencimento.

E como é que eu coloco uma população para participar se não através de um design social, se não através de um projeto inovador com transformação de territórios? Eu acho que é isso, sabe, e que eu vejo nesses desafios grandes oportunidades. Vamos escrever grandes projetos e vamos bater na porta de grandes empresários para a gente tentar captar recursos, e nós não queremos ser protagonistas, ainda que sejamos, porque nós estamos fazendo. É protagonista quem faz! Ouvi de uma pessoa extremamente importante que organiza um grande evento na cidade. Ideia boa é ideia realizada. É isso.

## **E5.R6**

Olha, a gente que é designer vive daquilo que a gente vê e daquilo que a gente mostra. Então, eu acho que o nosso segmento, ele é muito vaidoso. E a vaidade faz parte do elemento do design, sabe? Então, eu sou designer de sinalização, o meu trabalho é visto, você sabe que a gente sinalizou todos os shoppings da cidade, grandes hotéis da cidade, sabe? E trabalha com grandes segmentos aqui, como, por exemplo, educação, saúde, trabalhamos com um grande grupo de saúde aqui no Brasil. É lógico que eu quero ser visto, lógico que eu quero ser reconhecido. Com 20 anos de atuação no mercado, graças a Deus eu tenho entendido o seguinte, que realmente quem faz um trabalho excelente e luta para entregar algo extremamente nobre, ele não tem briga, ele começa a trabalhar junto, a concorrência lá em cima, no topo, não quem esteja lá, mas eu quero chegar, sabe?

A concorrência para quem entrega um produto excelente é menor, a concorrência para quem está aqui embaixo, ela é muito maior, sabe? A gente precisa fortalecer o design, elevando o padrão de design da cidade. Como é que a gente faz isso? Trabalhando na base. Eu preciso trazer a nossa base, os estudantes que estão sendo formados nas universidades, para se associarem, não tem outra forma de nós falarmos de design que não seja através de uma associação profissional. Brasília é a única unidade da federação que tem três associações distintas. Associação de Produto Adepro, Associação de Interiores Abradi e ABD, e Associação de Gráficos que é a Adegraf.

Isso foi bom para a chancela, mas particularmente na minha visão, hoje isso gera disputa. Hoje a gente precisa, sabe de quê? Fortalecer através da unidade. Infelizmente, a Adegraf tem trabalhado para isso, eu quero aqui deixar isso registrado, porque você sabe disso, o tudo que a gente tem feito é colocando todo mundo. Isso você vai me desculpar, chegou a hora da Adegraf mostrar o que é o design gráfico de Brasília. Mostrar quem são os designers. Nós temos case de sucesso aqui. Ah, porque o pessoal de produto é premiado internacionalmente.

E quem é que diz que a Adegraf, que os designers gráficos brasileiros também não são? Você tem vários nomes importantes aqui do design local que são premiados e com premiações extremamente relevantes e que a gente não considera, porque tudo que a gente tenta fazer é colocar todo mundo junto, e ninguém coloca todo mundo junto. Não que a gente vá trabalhar agora só pela Adegraf, não estou falando isso. O Conselho do Design vai trabalhar hoje em prol de uma grande exposição para o design gráfico. E a gente vê grandes exposições, inclusive no movimento Brasília Design, de mobiliário. A gente vê muito mobiliário exposto, a gente vê muito produto exposto, mas a gente vê muito pouco design gráfico.

E a Adegraf, ela com seus 23 anos de existência, 24 anos esse ano, ela tem muito para mostrar. E ela é respeitada aqui em Brasília, nacionalmente e internacionalmente. Lançamos, eu acho que foi uma grande contribuição, fortalecimento até para a chancela, que vocês sabem, a tabela referencial de valores da Adegraf, que na próxima semana estará disponível novamente lá no site da Amazon.

Então, para concluir, eu acho que a unidade entre os designers da cidade, a gente trazer um agente neutro, e eu estou falando isso porque já existe isso, que você sabe que é o Sebrae, que o Sebrae a partir do início de junho já vai trabalhar com esse grupo plural, vai comandar a questão da formação do comitê gestor, e eu acho que esse é o momento para a gente fortalecer e para a gente gerar uma grande integração dos profissionais da cadeia produtiva, da academia, de todo o ecossistema com um agente neutro. Por quê?

Porque se “A” chama, “C” não vai. Se “C” chama, “Z” não vai. Infelizmente, em Brasília, apesar de a gente ter essa fama da política, nós somos pessoas e a gente sabe que tem uma população, como eu falei, extraordinária, mas, infelizmente, a vaidade no segmento do design ainda é uma barreira. Então, fortalecer através da integração, através da unidade, através de projetos conjuntos. Não cada um fazendo a sua parte. É todo mundo fazendo a parte de todo mundo. Eu acho que a gente está mais perto disso.

Assim como a proposta do design social é ser co-criativo, onde a população trabalha diretamente, por que eu não posso trabalhar num projeto da Adepro, ou da Abradi, ou da ABD, e vice-versa? Ah, vamos convidar tal associação? Vamos entender que quando a gente convida uma associação, a gente fortalece o ecossistema. Não é a Eneida ou o Marcos, o Designer, não. É uma associação que tem ali 20, 30, 40, 50 profissionais de reconhecimento nacional e internacional para assinar um projeto, como foi, por exemplo, o projeto da Casa de Chá. O projeto da Casa de Chá foi um projeto extremamente colaborativo. Nós abrimos, e você participou, com cartazes autorais, onde a gente teve ali a criação de um mapa digital, mapeando Brasília para o Senac, na entrega da Casa de Chá. Poxa, olha que projeto legal.

Então, assim, a gente tem que ser mais colaborativo. A gente tem que ser mais cooperativo. Eu acho que é isso, sabe, que a gente precisa para fortalecer. O governo está lá, a gente hoje tem uma pessoa que fala assim, ó, batam na porta, provoquem, então vamos pensar num projeto junto. Que tal pensar nesse projeto de transformação territorial juntos? É isso.

*Algo mais que gostaria de acrescentar ou sugerir para aprofundar essa reflexão?*

Sim. Quero parabenizar você pelo trabalho, esse tema é de grande importância. Você esteve conosco lá no Fórum do ano passado, espero que esteja este ano. Eu acredito que só de a gente provocar esse assunto no meio de comunidades, no meio de profissionais que não sabem o que é isso, como eu sei que você faz e eu procuro fazer, eu acho que isso já é de grande importância. Eu acho que o nosso sonho, e eu te confesso que não é demagogia, é de ver realmente essa chancela sendo utilizada na prática. É de ver um território lá do Sol Nascente e falar, caramba, olha o design aplicado aqui, olha o que fez. Lá em Fortaleza, o pessoal trabalhou, por exemplo, no esgoto que estava no meio da rua.

E assim, esperando pelo governo, todo mundo reclamando, imprensa indo lá toda vez, sabe o que a universidade fez através da Lilu, comandando o projeto? Mobilizou a comunidade, mobilizou designers e estudantes, levou para a comunidade e falou, se vocês não tirarem isso daqui, vocês vão ficar reclamando do governo o resto da vida e os filhos de vocês vão morrer com doenças, rato passando. E assim, foram três meses, e eu quero falar isso, que eu acho muito interessante, que às vezes a população não vai entender a atuação do designer lá, porque ela não sabe o que é. Mas quando você fala, olha, a gente veio aqui para ajudar você a tirar o esgoto da rua.

Nós estamos hoje com um projeto de sustentabilidade, sabe, eu vou falar o nome, se chama Hortas da Saúde. Ele é um projeto onde, por exemplo, eu tenho clientes de empreendimentos de alto padrão aqui em Brasília, que hoje os empreendimentos estão com uma pegada de arquitetura biofílica, que é muito paisagismo nos empreendimentos até mesmo verticais. E nesse empreendimento que eu tive, ele, ao redor da piscina, está construindo uma horta. Eu virei para o meu cliente e falei, por que você não constrói uma horta fitoterápica? Nem eu sei o que é isso. Mas aí eu falei o que eu repeti. Hoje tem um estudante, mestrando da Universidade de Brasília conosco, que ele é formado em saúde coletiva, é um sanitarista que trouxe esse projeto para dentro do Conselho do Design.

E para que isso? Você já pensou que, ao invés de plantar couve e alface, a pessoa plantar planta que ela pode ser curada, através de estudos científicos, que, logicamente, doutores da universidade também vão estar envolvidos nesse projeto, entende muito mais do que eu. Mas imagina, olha que projeto legal dentro do empreendimento de alto padrão. Então nós estamos falando aqui, não é excluir quem pode, e muito menos excluir quem não pode. É desde uma comunidade carente, em estado de vulnerabilidade social, até o camarada que tem dinheiro para comprar um apartamento de 5 milhões de reais. Fazer um tipo de trabalho, de um designer, sabe, com sustentabilidade, com a pegada sustentável, principalmente. E, logicamente, com a aplicação dos ODS, que a gente tem em todos os riscos que eu falei aqui nessa entrevista.

Não citamos, mas você tem a aplicação de vários ODS, nesse projeto, por exemplo, de transformação territorial. Nós contamos, pelo menos, a aplicação de 7. Então, assim, não estamos falando de escrever um projeto, ou fazer um projeto, simplesmente para... Ah, porque a gente está... Não, não, não é para isso, não. É para a gente falar que existe um programa sério da Unesco, que não está sendo implementado no campo do design, como deveria. E eu acho que é o momento, sabe, essa sua pesquisa é muito interessante, porque eu tenho certeza que você vai citar isso. Sabe, é uma maneira de alcançar a população pelo design, através do design, com ela participando de maneira extremamente ativa.

## **ENTREVISTA 06**

### **E6.R1**

Primeiro, eu acho o título muito importante. Eu acho que o título é uma possibilidade de trazer um olhar externo também sobre Brasília, na perspectiva do design e o que o design pode fazer de benefício para a cidade. E eu acho que a gente tem muito o que aprender e explorar no título com outras cidades. Então, eu acho importantíssimo para dar um norte, um guia da nossa missão enquanto cidade de design. E o que eu acho é que isso, para a gente, pode ser favorável, se a gente souber usar de uma maneira que isso se torne relevante e fique suprapartidário, que se torne maior do que as políticas públicas e as políticas locais.

### **E6.R2**

Sim, algumas. Primeiro, quando eu conheci um pouco mais sobre o título, foi no *CODPoster*, quando Adegraf e as Cidades Criativas se juntaram para fazer Cidades do Design, que é COD - *Cities of Design*. E aí eu participei, foi quando também estava começando a entender, saber da chancela, e eu participei fazendo um cartaz que acabou sendo um dos cartazes escolhidos. Então, esse foi o meu primeiro contato ali com a própria Secretaria de Turismo, com o próprio pessoal da Unesco que estava representando aqui. Foi a primeira vez que tive mais conhecimento.

Depois eu tive uma participação muito ativa no Fórum das Cidades Criativas do Design, que aconteceu aqui em junho, em Brasília, em junho de 2024. E eu fiquei responsável pela parte de divulgação e comunicação toda do Fórum, o que significou também da parte de site, mídias sociais, ou seja, toda a informação que passou pelo Fórum acabou, de alguma maneira, passando por mim. E também fiquei responsável pelas transmissões online e por guardar, por salvar esse material, que foi um intercâmbio.

Então, aí nesse momento, pude entender a dimensão das outras cidades criativas do Brasil, que era Curitiba e Fortaleza, como cada cidade articulava os seus projetos, com as suas características de localização. E aí, a partir daí, conhecer agentes que tinham sido pessoas muito importantes do processo, desde a chancela até representantes, enfim. Então, o Fórum foi muito rico para mim, porque me colocou em intercâmbio com essas pessoas que já eram agentes do processo.

E também com outras pessoas, por exemplo, a própria Daniela, que é a sua orientadora, que eu conheci no Fórum ali, e foi o primeiro passo. Outros momentos, além do Fórum, que eu citei, *CODPoster*, Fórum, o terceiro foi a formação, e eu participei muito ativamente sempre na formação do Conselho de Design, que é da Associação da Câmara do Distrito Federal, ACDF, da Associação Comercial do Distrito Federal. E aí, falar disso ali no Conselho, que também trabalha para políticas e integre outros personagens da cadeia produtiva do design, também acaba aproximando, porque o Conselho junta outras associações, como é o caso da ABD, como é o caso da Adepro e outros representantes da sociedade civil e associações, e aí isso também acabou ampliando esse debate.

E, de lá para cá, o que foi transformador também é porque, ao me tornar presidente da Adegraf, é um tema que, como presidente, é um tema precioso, porque a Adegraf foi uma associação que teve um papel muito fundamental na participação do título, quando foi pedir a chancela, antes de 2017. E a própria ação da Adegraf da época de ter feito uma Bienal de Design aqui, ou seja, de colocar essas ações na própria candidatura, eu acho que fortaleceram para a gente receber o título. E aí, a partir daí, você começa a estar em contato com outros agentes que estão sempre promovendo essa política, de uma maneira ou de outra.

### **E6.R3**

Olha, eu acho que é para a chancela ter esse... Primeiro, respondendo à pergunta, sim. Eu acho que ela tem um potencial para fazer valer uma interferência ou uma ação concreta ou uma interlocução direta com os poderes públicos, e que foi o que citei até lá atrás. Desde que ela tenha uma força, para ela exercer esse potencial, ela não pode só ser um título, ela não pode só ser uma chancela, ela não pode só ser um papel, porque isso se torna abstrato, isso se torna, de fato, uma coisa muito... não só abstrata, mas ela se torna elitista na medida

de que poucas pessoas que têm conhecimento do que se trata, vão perceber isso. Então, para ela ter o poder de influenciar, ela tem que primeiro receber... as pessoas precisam se apropriar da importância do título. E como é que a pessoa se apropria? Quando ela vê benefício, quando ela vê mudança, quando ela vê que aquilo é algo significativo. Então, eu acho que, para ela sim, ela pode chegar a fazer isso, mas ela precisa construir primeiro essa ponte. Entendeu?

#### **E6.R4**

Olha, é uma pergunta bem complexa, mas a perspectiva de ver o design de maneira transversal e as possibilidades que o design passa a assumir nessa questão da transversalidade, ele passa a ser um agente que, se for usado de maneira inteligente, pode modificar em várias áreas diferentes da cidade. E quando eu falo cidade, DF e entorno, todas as suas R.As. Primeiro, eu acho que, se a chancela conseguisse nos trazer a possibilidade de um comitê de gestor de design, acho que essa é a ação mais importante, que tivesse determinadas políticas públicas ou políticas de forma geral pré-estabelecidas por um comitê gestor num plano de organização de metas a curto e médio prazo, isso seria a melhor coisa do mundo.

Por quê? Aí, respondendo a pergunta, a gente poderia falar sobre inovação social, tecnologia e aí falar melhor dos ODS, que eu acho que é a razão prioritária dessa coisa toda, que é como eu vou modificar de maneira a transformar e melhorar a qualidade de vida dos cidadãos e dessa cidade. Aí o design passa a ser um meio, uma ferramenta para isso. Então, primeiro, acho que a primeira coisa que você pode fazer através do design, hoje eu vi um caso incrível, fiquei tão encantada sobre isso, é você gerar, através do design, um processo circular.

Qual seria? De que maneira o design pode entrar em determinadas situações de comunidade para poder fomentar ações que gerem renda ou que gerem benefícios e, a partir daquela ação de design, ele propagar uma renda para aquelas sociedades carentes. Então, isso ele pode fazer. Ele pode entrar na solução que, por exemplo, você falou, eu tive uma experiência prática e pessoal que foi participar de um processo nosso, duas vezes, da Adegraf, que é o Pacari criando um processo de identidade visual para a comunidade carente.

O que o processo do design faz aí? Ele cria visibilidade, ele dá autonomia, ele permite que as ações e as atividades tenham um alcance muito maior. Então, ele ajuda como um instrumento para fomentar ações específicas e dar visibilidade e dar identidade. Ah, outra questão é preservação e estruturação de patrimônio cultural. Por que eu falo isso? Porque, por exemplo, Brasília, uma cidade que é tombada pelo patrimônio histórico; que antes da chancela da Unesco a gente já tem uma chancela anterior de patrimônio histórico mundial. E

a gente não consegue, dentro da esfera que se intercala, a esfera distrital e a esfera federal, a nossa condição de cidade-estado, em vez de nos ajudar, elas nos desfavorecem.

Por quê? Porque enquanto a gente deveria estar com um olhar para isso como patrimônio histórico em escala federal, a gente olha para isso na escala de cidade, distrito, uma cidade regida pelo governo federal e o local, e a gente não tem como. E a gente não tem como. Por exemplo, a gente não consegue manter uma padronização. Outra coisa que a escala do design pode facilitar é a mobilidade urbana, estrutura viária, soluções de intercâmbio com a arquitetura e o urbanismo, e soluções práticas desde equipamento mobiliário urbano até soluções de transformação do território criativo. Então, se deixasse, a minha entrevista duraria 18 horas, porque eu não ia parar de falar. E aí acho que tem todos os campos, mas prioritariamente preservação patrimonial, projeto social, que há milhares de possibilidades em que o design pode entrar, como um fator de solução, criativo e de solução de problema, mobilidade urbana, saúde, e por aí vai.

Mas acho que Brasília, aí já é um sonho meu, quando entrei um pouco romanticamente, era de que Brasília resgatasse aquele fator de encantamento, de surpresa de ser uma cidade-modelo nos anos 60 e 70, que se tornou uma referência da arquitetura modernista, e que a gente veio perdendo esse protagonismo, essa importância. E por quê? Porque a gente não conseguiu propor algo que fosse inovador e tivesse essa perspectiva da inovação, que também acho que o design tem essa possibilidade. E eu acho que é isso que é a nossa obrigação!

## **E6.R5**

Eu acho que o maior desafio é esse! O maior desafio que eu vejo é juntar os atores, os agentes importantes do processo e fazer com que exista, de fato, um comitê gestor, ou um órgão, ou algo que consiga colocar junto vários atores e tomadores de decisão dentro de uma perspectiva que essa regulação se torne suprapartidária, que ela se torne independente, que ela tenha força. Então, eu acho que o maior desafio é articular todo mundo com esse mesmo propósito e não o contrário, não fazer o uso do título da cidade criativa para um benefício próprio, para que ele perca em algo que seja bom ou favorável para mim, e sim para o coletivo.

Então, o primeiro desafio, eu acho que é: 1) juntar as pessoas e os atores; 2) diminuir as arestas e colocar todas as pessoas trabalhando juntas em um lugar comum. Desafio três, conseguir fazer e aprovar determinadas leis que consigam existir, de fato, e no papel, e que não sejam passíveis de se mudarem a cada quatro anos, de acordo com o governo. Então, ela não pode estar só numa secretaria ou numa prefeitura, porque esse é o problema do Brasil com tudo. Muda a política, muda o agente, ele tira o cara que era o polo da cidade, o ponto focal muda, porque é o político, e aí existe uma descontinuidade da ação. Então, eu

acho que o tratamento tem que ser para que esses pontos focais, para que essas políticas sejam desvinculadas um pouco do processo político.

Outro desafio, comunicar sobre essa importância para a sociedade civil. Como é que a sociedade civil vai valorizar o que ela não conhece, que ela não vê o benefício? Então, eu acho que isso é um grande desafio também, fazer com que esse título chegue e seja apropriado pela sociedade civil. Mas e como você vai botar a cadeia produtiva, o empresário, o político, o deputado, para abraçar a causa? Na hora que ele vê que ele ganha benefício com isso. Ah, e qual o benefício que ele ganha? Bom, se a cidade dele é uma cidade melhor, se ela vai ter uma atratividade turística, se ela vai gerar mais renda, se ela vai atrair turista para a cidade, ou seja, se eu vou melhorar a qualidade de vida, se eu posso me tornar uma cidade modelo, isso já vai gerar um benefício econômico. Então, isso já é uma possibilidade de fazer com que isso realmente tenha impacto. Então, eu acho que esse é o desafio.

O que é oportunidade? Gente, a oportunidade é que Brasília, diferente de todas as outras cidades, é uma cidade-estado, é a capital do Brasil, tem que servir de modelo. Então, essa é uma oportunidade. Um, você está no centro do poder, então isso tem que ser visto como uma oportunidade. Dois, você tem um legado histórico e cultural, que é uma cidade construída por Niemeyer, por Lúcio Costa, com Burle Marx, com tanta gente que passou por aqui. Ou seja, como é que você não vai usar disso no seu benefício? E o terceiro benefício é o seguinte, gente, nós somos o congregador do Brasil. Brasília é uma cidade que congrega todas as culturas nacionais. A gente tinha obrigação de ser modelo para todas as outras. Então, isso é uma oportunidade.

## **E6.R6**

A formação de um conselho gestor representativo. Um conselho gestor que fosse representativo e tivesse, a partir dele, um documento que fosse legal e aprovado na esfera federal e distrital. E que o comitê tivesse a função de não só fiscalizar, mas delegar, mas cuidar e preservar para que as políticas fossem exercidas na sua totalidade. Essa era a minha sugestão.

*Algo mais que você gostaria de acrescentar ou sugerir para aprofundar essa reflexão?*

Primeiro, eu tenho muito respeito e muita admiração pela academia, pela ciência. E eu acho que a gente precisa começar, a partir da integração das escolas, de saber... Não pode ser que a UnB faz uma coisa, a Católica fez outra coisa, o Fulano fez outra coisa. Primeiro, era juntar essas cabeças pensantes nesse comitê gestor, que eu acho que era uma das ideias do Conselho do Design, era realmente ter um representante de cada uma dessas instituições para repensar isso junto. E, a partir dessas políticas, observar o que já foi

proposto, de fato, nesse sentido, e que deu certo, e que funcionou. Porque eu acho que a gente pode cortar caminho por aí. Você não precisa ficar inventando tudo o tempo todo. Você tem reflexões e tem possibilidades de importar coisas que já funcionaram em várias cidades do mundo, inclusive. Porque não fazer o uso desse intercâmbio de maneira a dizer que eu vi isso, isso e isso, e isso aqui vai funcionar! Cadê os projetos de pesquisa? Estão aqui, então vamos fazer isso acontecer? E ponto, acabou.

E, a partir daquilo, tem que ter um esforço, porque isso exige também financiar, exige ter esse cuidado financeiro, porque você também não sai do lugar se não for assim, né? Então, não adianta você falar que tem um comitê muito legal, tem uma política pública legal, mas e cadê a verba? O cara vai lá e dá dois milhões para um evento, mas aí o evento termina. Legal, mas o que você vai deixar de concreto para a cidade, a partir daí?

Ah, o evento é de fulano, legal. Movimentou a economia, trouxe o palestrante, fez isso, fez aquilo! Tá bom, mas e aí, o que gerou de fato? De resiliência, o que foi o projeto concreto e implantado a partir daí? Entendeu? Então, assim, não estou fazendo uma crítica, porque acho que todos os movimentos têm a sua importância, mas na perspectiva do objetivo principal da cidade, que é construir alguma coisa importante, cadê? O que que resultou? Assim, que forma pragmática, numérica, onde? Onde está?

Então, por exemplo, ontem fui na FAU-UnB, tem uma amiga minha que é professora doutora lá, com quem eu tive o prazer de morar na casa dela na França, que é a professora Cláudia, e ela estava lançando um livro com a Fundação Enzo Piano, da Itália. Gente, são 20 anos de cooperação técnica, 15 anos, e aí, sim, é intercâmbio, é gente trabalhando, é transmissão de conhecimento, é publicação de... A gente precisa fazer isso, a gente precisa fazer isso de fato, concretamente falando. Entendeu? Não é, ah, eu fiz um intercâmbio, tá bom, nós vamos lá em Fortaleza, eu quero ir na KUYA, eu quero ir na comunidade lá, eu quero ver o que foi feito. Cadê o negócio concreto que foi feito aqui?

Eu acho que vou sentir muita diferença, por exemplo, eu estou muito curiosa na ida a Fortaleza, porque eu tenho uma memória de Fortaleza de 15 anos atrás, uma cidade litorânea, pobre, que tinha caranguejo e turismo de Canoa Quebrada, e eu tenho certeza que o design foi transformador no ambiente urbano, nas soluções urbanas. E eu acho que Brasília deveria fazer isso. Mas eu acho que tem que ter ação concreta e dizer o seguinte, então tá, quanto que a gente vai destinar de verba para isso? É isso.

*É, porque acaba que nunca se tem dinheiro para fazer.*

Não, é sempre... Não! E é muito louco, porque nós que estamos, quando eu falo a gente, eu não estou falando a uma pessoa física, eu estou aqui me colocando na condição de ser uma presidente de uma entidade que tem representatividade, e que tem falado do

termo turismo e design, tem sido uma pauta que, desde que eu assumi em outubro, eu já fiz três ou quatro palestras sobre esse tema, de que maneira o design impacta o turismo. Por que que falo turismo? Porque o turismo é uma indústria que todo mundo cresce o olho, porque atrai, porque movimenta, porque o Ministério do Turismo no Brasil está sempre abrindo edital, está sempre abrindo chancela, e quer botar o Brasil no mapa do mundo.

Mas, se quer botar o Brasil no mapa do mundo, tem que investir em cidades criativas, destino turístico inteligente e outras práticas. Mas não é só... Entendeu? Entre o discurso e a prática têm um buraco. E acho que a gente precisa avançar nessas coisas. Não precisa ser grande, mas precisa ser efetivo, replicável. Que possam ser... Aí entra a academia, organizadas, sistematizadas, estruturadas e replicáveis. E replicáveis. Esse é o nosso desafio. Eu acho que Brasília, por exemplo, tem um potencial e tem muita coisa acontecendo nas R.As. Elas já são cidades que têm uma história própria, e a partir disso ela tem uma coisa que aflora, culturalmente falando, ela começa a ter a própria identidade.

E a gente tem que ouvir esses agentes, eles são partes integrantes disso. Brasília não é só o traço do plano piloto. A gente precisa entender que quando a gente fala Brasília, na minha visão, não é o plano piloto. Não é o eixo rodoviário. Isso tá fácil de resolver, é o maior PIB do Brasil. Mas de como esse entorno participa desse *cluster* urbano e de que maneira ele pode ser envolvido numa solução que integre tudo; é um desafio urbano, uma meta para o design pensar essas soluções. É impressionante que a gente tenha uma cidade já com 65 anos e a gente não consiga resolver problemas básicos de mobilidade urbana. Para mim, não tem nem de mobilidade, nem de equipamento urbano. Os poucos que tinha, as pessoas destruíram. Então, você anda na cidade, você não tem um lixo, você não tem um ponto, você não tem um abrigo, você não tem um banheiro público, você não tem... Enfim, esses são os desafios.

## **ENTREVISTA 07**

### **E7.R1**

Então, eu acho que independente do título, Brasília é uma Cidade Criativa do Design! É uma cidade que nasce da criatividade de Lucio Costa, Niemeyer, mas também de vários outros arquitetos, como por exemplo o Lelé\*; então eu acho que, independente do título, Brasília é uma Cidade Criativa do Design, né? e aí a gente pega o Design no sentido projetual, né? Mas para além disso, essa ideia de uma cidade polinucleada né, com várias, antigamente a gente chamava de Satélites ou hoje em dia Regiões Administrativas, ela obriga Brasília a desenvolver ou descobrir, ou testar soluções como outras cidades no Brasil não tem, né? e na verdade, assim, eu não conheço história no mundo, de outra cidade que tenha sido formada com as características de Brasília e do Distrito Federal. Esses núcleos

polinucleados. Então aí tem um cotidiano que meio que força um morador a se reinventar e reinventar o jeito como ele usa o espaço e a cidade.

## E7.R2

Bom, na verdade, eu pesquisei Cidade Criativa do Design de 2013 até 2021, 2022, mais ou menos. E, assim, eu acabei escrevendo, pesquisando, lendo muito os relatórios da ONU e da Unesco que traziam a importância desse tema. E, na minha pesquisa, participei do Observatório de Economia Criativa que foi desenvolvido durante um tempo aqui na UnB.

E, na minha pesquisa de pós-doutoramento, eu fui para Turim, que também é uma Cidade Criativa do Design. Então, fiz a minha pesquisa de pós-doutorado lá e também trabalhei com a divulgação dos resultados dessa pesquisa. Então, participei de várias formas da questão da pesquisa de Brasília como Cidade Criativa do Design e, embora com essa expertise toda, com essa pesquisa aqui, quando Brasília virou Cidade Criativa do Design, para mim foi uma surpresa, porque depois eu descobri que o projeto tinha sido encomendado por uma empresa de São Paulo e ele tinha sido implementado aqui, sem o trabalho dos atores de design da cidade.

Então, é por isso que eu falo, independente desse título, para mim são duas coisas diferentes e paralelas, o título é uma coisa e a Brasília criativa é outra coisa, porque, independente desse título, tem um território criativo importante em Brasília, mas não necessariamente ele está ligado à titulação da Unesco. Tem mais uma coisa que acho que responde a essas duas primeiras perguntas, que é a seguinte, quando fui para Turim, entrevistei várias pessoas, trabalhei lá junto com a *Rossella Maspoli*, professora do curso de arquitetura do Politécnico de Turim e que foi a responsável pela candidatura da cidade, e ela fez um mapeamento gigante dos territórios criativos. Então, tinham várias iniciativas, até junto com a população, depois, mais para frente, posso falar um pouco sobre isso, e depois fui também entrevistar outras pessoas.

Eu conversei com o *Pierre Paolo*, que era, na época, coordenador do programa de pós-graduação em design da Polito, da Politécnica de Turim, e era também o diretor para assuntos internacionais da faculdade. Ele me dizia que o importante não é o Pin, não é ter o “brochinho” Cidade Criativa do Design, mas o que você faz com aquele Pin, o que você consegue com aquele Pin. Depois dessa fala dele, fui estudar o que eram essas cidades criativas, nesse sentido, o que é possível fazer com o PIN.

Fui visitar a Unesco da Itália, do norte da Itália, e a sede da ONU do norte da Itália fica em Turim, a Unesco, lá dentro. Fiz uma entrevista com a diretora da Unesco, na época, e naquele momento entendi que o projeto da rede de cidades criativas do design envolvia um financiamento pela Unesco. Só que, quando eu cheguei em Turim, o Trump tinha sido eleito.

E aí o Trump cortou toda a contribuição dos Estados Unidos para a Unesco. E aí, sem essa contribuição dos Estados Unidos, a rede virou uma rede de trocas de informação. Ela não ganhava nenhum dinheiro por pertencer a essa rede de economias criativas.

Então, pode ser que mudou muito o que o título de cidade criativa do design promoveria em uma cidade, antes do Trump. Então, pode ser que tenha mudado muito. E a cidade de Turim era a cidade criativa do design desde 2008. Então, eu fui para lá em 2016, já tinham oito anos. E eles estavam no processo de renovação e de saber o que isso significava para a cidade.

### **E7.R3**

Bom, na verdade, continuando a conversa e respondendo à pergunta, quando eu fiz a entrevista com a professora *Chiesa*, da Unesco de Turim, ela me falou assim... Na verdade, eu tinha visto uma palestra dela, e aí eu pedi para ir conversar, para entrevistar ela, ela me mostrou toda a Unesco, a ONU também de lá, mas ela dizia que Turim já nasceu uma cidade criativa, porque antes, Turim era o reino dos *Sabalas*, e tinha a dinastia dos “*Sabalas*”, era um reino e tudo, e que Turim era uma cidade tão criativa que Turim criou a Itália; porque as campanhas de unificação do território italiano entender que eles tinham algo cultural em comum, nasceu lá no território de Turim.

E aí ela foi traçando uma série de relações, que normalmente a gente que aprende o design como um setor produtivo, eu que fiz design gráfico ainda, que é menor do que o design de produto, que tem N desdobramentos, eu fui me surpreendendo com que tipo de leitura podia ser considerada uma inovação social de design. E aí, nesse processo de conhecer a Turim, Cidade Criativa do Design, eu fui visitar, por exemplo, revisitei a história e descobri que em um dado momento histórico, por exemplo, em 1911, aquela Feira Universal Industrial, que é a que a gente tem como marco do design, da necessidade do design, que foi a de Londres, quando teve a apresentação do berço do bebê, que era muito terrível, feito pela indústria, todo mundo caiu a ficha de que precisava ter um design específico para a indústria.

Em 1911, aquela feira internacional, universal, industrial, foi em Turim. Eu vi até o pavilhão que o Brasil levou para lá, que era uma réplica do Rio de Janeiro. E nessa feira, na época dessa feira, Turim contabilizava 101 indústrias de automóvel. O que eram essas indústrias de automóvel? Eram pequenas oficinas que faziam os seus carros, inventavam os seus carros, trocavam os motores; e que daí a gente consegue enxergar nesse lastro de tempo, uma sementinha de atividade que fazia eu, fulaninho ali, o beutraninho ali que eu conheço, juntava, e que no futuro virou uma das maiores indústrias automotivas do mundo. Então, esse processo tem uma semente.

Quando a gente olha a cidade como território criativo, inovação social, é realmente a gente ir para as periferias e ver, por exemplo, o que o polo de moda pode? O que o setor de oficina pode? A gente teve um aluno do design que ia para os Ferros Velhos do Guará para catar peças ali e fazer esculturas. O que o mercado sul de Taguatinga pode? Que é um território específico, criativo. Em Taguatinga, por exemplo, tem uma ex-aluna nossa que a família tem uma fábrica, tinha, não sei se tem ainda, uma fábrica de móveis de papelão, sustentável, reciclável e criativo. Eu não vi ainda em nenhum outro lugar uma fábrica de móveis de papelão, que serve para cenário, serve para N situações.

Então, como é que a gente pode pensar no design? Primeiro, expandir bastante o que é o design. Então, o design é todo esse fazer que necessita de uma tradução para a indústria, ou para a tecnologia, ou para a IA, ou para a indústria 4.0. Ou para as mídias, ou para as mídias digitais. Enfim, ele é muito amplo. E, nesse sentido, capturar essas habilidades de uma população, capturar essas conexões que essa população cria, capturar essas expertises é alimentar uma cidade criativa do design, não para um fim do momento, mas que vai construir mesmo um lastro histórico e, em cima desse lastro histórico, vai se alimentar.

Quando eu trabalho a aula de design com os alunos, ou, por exemplo, teve um dia que a gente foi para uma reunião com o MCTI, e aí uma pessoa falava assim, nossa, a arquitetura de Brasília tem que ser transportada para a moda, por que não fazer uma saia com a igreja? Então, no campo da semiótica, a gente diz que isso é uma criação colada no referente. Então, o seu referente é a igreja, a catedral, então você vai reproduzir e *ipsis litteris* a catedral. Não é isso. O design tem um processo mais poético e mais complexo do que isso, que vai realmente desde, às vezes, o gesto da pessoa enrolar ali para colocar a linha na agulha, ele gera, ele fomenta uma criação.

A gente teve uma aluna aqui do design, há muito tempo, em 2011, que era de Taguatinga e era fã daquele mercadão de Taguatinga que tem os aviamentos, costura, linha e tal, e ela tinha uma caixinha, ela achava uma linha diferente, ela cortava um pedacinho e punha ali. Ela achava um alfinetinho diferente, ela punha lá. Aí ela veio para mim e falou assim, professora, o meu TCC é essa caixinha aqui. E ela tirou “N” coisas que eu tinha olhado como objetos vulgares, mas que ela foi, fotografou, trabalhou e virou uma coleção de estampas únicas, para papel de parede, para decoração, com aquelas coisinhas ali da costura. Ou seja, uma menina que é acostumada com o território, com espaço criativo de costura. A avó costurava, a mãe costurava, ela costurava, e essa paixão a leva a ler esses artefatos com outro olho, com outro olhar. Ela foi minha orientanda de PV, ela foi orientanda de professor Christus, de produto. O Christus era professor do design naquela época, não das artes. E ela fazia crochê. E aí, em cima do ponto baixo do crochê, ela fez toda uma padronização 3D, de textura. Se não me engano, foi parar em uma edição da Casa Cor. Então, é aquele costume que vem desde a infância, desde os pais, desde os avós e bisavós,

que vão fomentando esse processo de manualidade, mas também esse processo de criatividade, mas também essa construção poética, mas também esse descolar do referente.

Então, acho que tem uma contribuição muito grande. Estou falando da parte poética, mas aí tem também todo um processo de tirar essa periferia de um lugar de miséria e passar para uma outra relação econômica. Estou dizendo isso em que sentido? Um dos autores que eu li durante a graduação, que eu me apaixonei e achei muito encantador quando eu vim parar na UnB, quando eu prestei o concurso para a UnB e descobri que esse campus era o campus Darcy Ribeiro, foi o Darcy Ribeiro.

O Darcy Ribeiro disse, naquele livro “O Povo Brasileiro”, que a miséria do povo consiste em largar o pouco que tem por aquilo que ele nem sabe o que é. Então ele falava dessas migrações que aconteciam do Nordeste, na década de 1960, para São Paulo, e que pouco da própria cultura a pessoa levava. Hoje a gente sabe que não, porque quando você vai para São Paulo, Rio de Janeiro, a comunidade nordestina tem espaços de criatividade, é culinária, é comida, é roupa, e é música. Mas, naquela época, ele tinha essa impressão.

Então, quando a gente olha para a periferia achando que é um lugar que só pode ser ajudado, que só tem a receber e que não tem nada a produzir, isso é um olhar de miséria. Quando a gente vai para a periferia e olha assim, não, tem um fazer aqui. Você vai para a Ceilândia, o quanto de *rappers*, o quanto de culinária, o quanto de dança, o quanto de coisas que tem. Lá tem produção de cinema, tem o pessoal do “*Is Iã*”, que é maravilhoso, tem o pessoal dos *rappers*, tem o pessoal do Forró, tem o pessoal da feira, que tem ali todo um espaço culinário. Então, quando a gente tem esse olhar de que o design nasce dessa experiência, dessa experiência genuína da pessoa e da tradução dessa experiência genuína da pessoa, nenhum lugar é miserável.

Então, a gente consegue pensar a inovação social a partir desse ponto. O que essa pessoa traz de conhecimento, o que ela tem, o que ela passou na vida dela, quais as histórias que ela conta e que podem fomentar a produção de design. Eu lembro que orientei também de TCC de uma aluna chamada Candice, depois ela foi fazer mestrado na Argentina, não tenho mais notícia dela. Mas a Candice, a família dela veio do Maranhão, e aí no TCC dela, ela falou, professora, eu quero fazer alguma coisa com o Boi do Maranhão. E ela juntou a possibilidade de fazer um papel de parede imantado, que ainda não existia, ela foi pesquisar em outros lugares como é que dava para fazer aquilo. E ela compôs um papel de parede com ímãs, e o ímã simulava os passos do boi.

Então, o usuário daquela casa tinha uma poética cotidiana que era ali e poder movimentar e redesenhar a sua parede a partir de uma relação com a cultura do boi do Maranhão. É um exemplo simples, é um TCC, mas que eu acho que carrega muito disso. A gente tem gente em Brasília e de tudo quanto é lugar, do Brasil, e gente de vários lugares do

mundo. Então, só essa mistura já é uma riqueza muito grande. Só o tanto de conhecimento que cada pessoa traz da sua terra já é uma riqueza muito grande.

#### **E7.R4**

Na verdade, eu não acredito que teve ou pode, não. Eu acho que tem que ter, né? Eu acho que tem que ter e eu acho que, assim, eu não estou pegando... Eu falo muito de Turim porque eu fiz o pós-doc lá sobre cidade criativa, mas, antes disso, a gente teve Curitiba, não como cidade criativa do design, mas como cidade do design. E Curitiba ganhou o título de cidade do design também lá no final da década de 90, começo dos anos 2000, por ter implementado, por exemplo, sistemas de transporte efetivos, e que funcionavam muito bem.

Eu lembro que a primeira vez que fui para Curitiba eu fiquei espantada com a velocidade daqueles tubos. Por entender o projeto do biarticulado e tri-articulado de Curitiba, e não era só um projeto de uma linha de ônibus que passava em uma avenida. Ele era um sistema completo de transporte que abrigava a pessoa do frio, da chuva, muito diferente do ponto de ônibus que a gente tem, que é uma vareta em pé, principalmente fora do plano piloto. Então, o trânsito funcionava melhor, as pessoas eram mais acolhidas, a informação fica mais disponível, a alfabetização política, cultural e social pode acontecer a partir do momento que a gente começa a entender que ser cidade criativa do design não é ter algumas lojas que produzem design, alguns designers ou alguma arquitetura diferenciada só.

A partir do momento que a gente entende que pensar design é pensar sistemicamente. Então, pensar sistemicamente é desde o bilhete único, do bilhete único, do design do bilhete único; não só no design do bilhete único, mas no funcionamento do bilhete único, nos pontos de conexão do sistema de transporte, nas paisagens urbanas, no modo como a cidade guarda, como ela guarda ou como ela recria o seu cenário culinário, no modo como... que Brasília não tem indústria, propriamente dita, mas ela tem as oficinas, as confecções de roupa, vários tipos de artesãos que fazem, tem os artesãos de São Sebastião, tem os artesãos da Ceilândia, de Taguatinga. Então, tudo isso é design.

E, quando a gente pensa em que impacto o título de uma cidade criativa do design pode ter, é realmente o da gente conseguir compreender que tudo isso é design e conseguir entender que tudo isso é criatividade. Eu lembro que, nas leituras sobre por que a ONU resolveu incentivar e motivar a criação de cidades criativas do design, tem uma parte no texto da ONU que diz que as cidades que olharam para as suas características genuínas, próprias, e que conseguiram trabalhar com essas características, sobreviveram muito melhor à crise financeira de 2008. Eu acho que isso está no relatório da Unesco sobre cidade criativa, de 2010 ou 2013, se não me engano. Então, é a gente não imaginar que a

cidade tem que ser aqueles espaços assépticos de decoração do Casa Cor, que tem aquele ambiente, ou aquele design suíço na diagramação de um jornal. Não é isso!

Ser Cidade Criativa do Design é entender que eu tenho o seu João, que ele produz uma trama de bambu. E onde é que essa trama de bambu pode ser encaixada, com que outras coisas da cidade ela pode dialogar? E como isso é próprio e genuíno dessa cidade e constitui uma riqueza autoral e única para ela. Falar de cidade criativa do design para mim, das potencialidades, é assim, é meio que fazer uma fricção para que a cidade descubra as suas vocações. Então, por exemplo, Brasília tem uma vocação, desde sempre nasceu tombada. É uma arquitetura que tem um marco temporal da década de 1960.

Mas, para além disso, o que Brasília tem de genuíno? Acho que tem essa questão de ser o polo de atração de diferentes povos, de diferentes estados brasileiros. De você aqui conseguir ir do norte ao sul do país na Feira do Guará. De você ainda estar num processo de formação do sotaque, da gramática, dos movimentos musicais que aconteceram aqui, dos movimentos teatrais que acontecem aqui. Também entender que essas manifestações políticas são “vestimentas” que a cidade recebe. E que esse trânsito de pessoas que vêm a Brasília para manifestar, eles constituem uma espécie de linguagem, eles constituem potencial econômico, financeiro. Enfim, acho que dá para impactar as políticas públicas de várias formas, mais especificamente a questão da educação e da educação do território.

#### **E7.R5**

Eu acho que o primeiro desafio é Brasília se conhecer. Então, quando a gente fala da Setur, que vai e contrata uma equipe de fora de Brasília, para mim a principal dor é essa. São pessoas que não conhecem o que é Brasília. E a gente sabe que fora de Brasília, a leitura que se faz aqui é Esplanada, é corrupção, é política, é governo, é roubalheira. São esses os links. Quando eu vou para São Paulo, eu falo que moro em Brasília. Aí alguém fala que é lá que moram os ladrões. Eu falo que é lá que recebem os ladrões que outros estados mandam.

Mas eu acho que o maior desafio é, primeiro, Brasília se enxergar. E se enxergar nas suas diferenças. Eu lembro quando fui apresentar esse artigo da Cidade Criativa, aliás, que eu mapeava quais as características de Brasília para ser uma cidade criativa do design. Eu peguei uma fotografia do Plano, depois outra do Guará, outra de Águas Claras da Ceilândia, não, de Taguatinga, da Ceilândia, do Por do Sol, das ruas. E como essas ruas vão se distanciando, como essa distância física é também uma distância de estrutura, de disponibilidade de serviço, de acesso. Eu lembro que eu dei um trabalho sobre a cidade de Brasília para os alunos e eles tinham que produzir infográficos.

E uma aluna minha fez a infografia dos sistemas de transporte. Então, ela mapeou o tempo que cada pessoa de cada região levava para chegar até o Plano, o quanto que ela gastava. E eu fiquei surpresa em descobrir, por exemplo, que tem região de Planaltina que só tem ônibus duas vezes por dia para o Plano; que Brazlândia tem região que só tem ônibus duas vezes por dia para o Plano. Acho que Gama, não. Depois disso, ainda implementaram o VLT. VLT? É porque é veículo leve sobre trilho, veículo leve sobre via. É VLV. Implantaram o VLV e aí um pouco dessa distância diminuiu. Mas, entende que tem uma diferença muito grande entre o tipo de organização e de política e de apoio que se tem aqui no Plano, e o tipo de organização e de política que a gente vai vendo em cada uma das regiões. Eu lembro, por exemplo, de ter ido a uma festa de um professor que foi no setor de oficinas ali atrás do Casa Parque, do Parque Shopping. SOF Sul. Foi no SOF Sul. E o SOF Sul hoje tem várias moradias. Naquela época já tinha algumas, várias.

E um colega meu, que sempre foi muito antenado com questão social, não sei o quê, não sei o quê, ele falou que é bom que estão descobrindo esse espaço aqui para fazer festa porque assim os moradores não reclamam do barulho. Aí eu falei para ele, eu moro no Guará, moro perto do outro setor de oficina lá do Guará, o barulho é terrível, a gente reclama sim, a diferença é que a gente não é ouvido. E aí eu falei para ele, você acha que aquela pessoa naquele prédio lá que está com a luz acesa agora, duas horas da manhã, não está achando ruim? Então, tem uma diferença de cidadania e de tratamento para as pessoas. O que é possível para um não é possível para outro. O modo como um é atendido, o outro não é. Então eu penso que a primeira coisa, o desafio de uma cidade criativa é usar o design para que todas as suas áreas, todos os seus lugares sejam valorizados e tenham disponibilidades, se não iguais, pelo menos próximas, tratamento próximo.

Então quando a gente fala, por exemplo, em cidade criativa, voltando um pouco à experiência de Turim; Turim tem um escritório de turismo que fica no aeroporto, na estação de trem, nos principais pontos de chegada da cidade e perto dos principais pontos, marcos turísticos e históricos. Então, perto da Mole Antonelliana tem, lá perto do Museu da Fiat tem. Então esse escritório de turismo, ele tem tudo o que está acontecendo na cidade. Então você pode ir lá, vai ter folheto de todas as peças que estão em cartaz, de todos os festivais, dos museus, dos filmes que estão passando nos cinemas, do tipo de... Às vezes tem esse festival culinário, do tipo de invenção culinária que está tendo ali. E aí, junto com isso, sempre tem uma iniciativa de Turim Cidade Criativa do Design. E quando eu fui, tinha um folder que era Turim aos Seus Pés.

E aí ele era indicado para moradores da cidade, ele não era indicado para o turista. E dentro desse "Turim aos Seus Pés", todos os marcos que foram considerados para Turim ser uma cidade criativa do design, tinha visita com guia, com explicação, visita técnica. E para quem tinha de ir lá, eles têm um cartão de cultura e de lazer que é para o morador. Se eu for para lá como visitante eu não tenho, tenho que ter endereço na cidade para emitir um

cartão daquele. E esse cartão dá desconto, ele dá gratuidade, ele dá, por exemplo, gratuidade nos museus uma vez na semana para tudo quanto é exposição, ele dá gratuidade em teatro em algumas peças, ele dá gratuidade em alguns espetáculos de música. E aí o pessoal que tem esse cartão e mora na cidade, ele recebe nesse escritório, nesse escritório de turismo, todo mês ou todo bimestre, uma iniciativa de chamar ele para entender por que Turim virou cidade criativa do design. E eu fiz 11 tours para entender a Turim, Cidade Criativa do Design.

E aí assim, a gente foi, eu fui em escritório de design, eu fui em loja de design auto produzido, que é tipo essas iniciativas que a gente tem meio autoral, lojas que vários designers acabam vendendo seus produtos. Eu fui em fábrica de cerâmica, eu fui em fábrica de vidro, com design, com várias iniciativas. Eu fui no *Media Lab*, que é aberto para toda a população e fica na periferia. A gente fez um *tour*, que era por todos os *pichos*, né? *pichos* e grafites da cidade, e a história de cada um e a importância de cada um, se era de protesto, porque era de protesto, se era assinado por um grande grafiteiro. Fui nos bairros que estavam em processo de abandono, e ali se pensando o processo de reformulação, que nem o *Mirafiori*, que era o bairro da fábrica da Fiat. A fábrica da Fiat não é mais lá, né?

Então, eles começaram a usar aqueles espaços de fábrica, uma parte para o curso de design de produto, outra parte para fazer desfile de moda, outra parte para gravar cenário de filme, de novela. Fui em uma comunidade que eram crocheteiras que se juntavam para crocheter. E aí elas encaparam todas, elas faziam para as crianças, elas faziam sapatinhos, elas andavam para a igreja, elas encaparam todas as árvores daquela vila, e o grande projeto delas era fazer um cachecol para *Molle Antonelliana*, que é o maior prédio, o prédio mais alto da cidade. Então, estou dizendo, ali... E é um desafio.

Quando encontrei a professora Rossella, que foi quem organizou essas ideias, ela dizia que, um grande desafio da cidade criativa era as pessoas entenderem o que era uma cidade criativa, que o design estava em tudo, que tudo aquilo que demandava pensar e fazer tinha processo de design, e o grande desafio era trazer a população da cidade para entender esse processo, entender que o que eles faziam era motivo de orgulho e era motivo de fomento criativo. E aí esse foi o que eu fiz durante o inverno. E no verão eles tinham um outro que era fora da cidade de Turim. Ele expandia para o Piemonte, que é tipo o Estado, tipo o marco. E nesse que eles expandiam, ia nos lugares que faziam queijo, nos lugares que faziam vinho, nas fazendas, nos lugares que faziam tecelagem artesanal, o pessoal que trabalhava com madeira, desde a coleta do vinho até a fabricação, e tudo aquilo era olhado dentro da ideia de Turim Cidade Criativa do Design, como sistemas que conectam com sistemas de design.

Então, se eu tenho um designer que vai desenhar rótulo de vinho e tudo, ele tem que saber que existe lá em cima o carinha que planta as uvas, que colhe, que faz processo de

fermentação, o tipo de engarrafamento, o tipo de garrafa que ele pode comprar ou não, o tipo de venda que ele faz, porque tem diferença de eu vender o vinho a granel, eles vendem vinho a granel, na lojinha lá embaixo, lá perto do mercado, ou eu transportar esse vinho para um outro país aqui. Então, tudo é sistêmico.

Eu acho que o grande desafio de Brasília é se ler, se mapear, entender quais são os seus processos criativos, não só aqueles que levam o nome de criativo, mas os seus processos, para entender o que é criatividade dentro dos processos que acontecem aqui. Então, tem um senhorzinho aqui na 210 Norte, que conserta sapato. Ele é um artista nisso. Tem a sapataria Bahia, que tem uma expertise lá, que eles não usam mais. Eles faziam sapatos sob medida. Diz que agora não compensa mais, mas é um conhecimento, é uma criatividade que se perdeu, está se perdendo. Poderia estar passando. Então, tem “N” possibilidades.

#### **E7.R6**

Quando eu encontrei naquele prêmio do design, que eu encontrei com o secretário de turismo, eu falei para ele, olha, eu tive experiência, fui para Turim, tem muita coisa para a gente trocar. Não que vá se fazer cópia, mas entender. E também tem outras cidades. Eu visitei, por exemplo, Bolonha, que é a cidade criativa da música. Tem várias outras cidades criativas que ajudam a gente a entender um pouco melhor como tirar proveito disso. Como fazer esse Pin, ser mais do que um Pin. Eu acho que um primeiro momento era realmente fazer uma pesquisa de mapeamento desses territórios criativos e não criativos, dos territórios produtivos, para entender o que é, qual é o salto criativo que cada pessoa precisa dar.

Num segundo momento, a gente conseguir organizar, acho que o governo pode começar com isso, mas acho que depois a comunidade abraça, de ter organizações. Então, por exemplo, lá em Turim, tem o que eles chamam... Eles têm um clube de design, que é designer de todos os tipos, de todos os perfis, mais velhos, mais novos, estudantes, todo mundo vai nesse clube.

E aí eu encontrei lá, por exemplo, os meninos que criaram o Arduino. Você sabe o que é o Arduino? O Arduino super revolucionou, os meninos aqui da Arte e Tecnologia trabalhavam muito com ele. O que é o Arduino? O Arduino é um conjunto de periféricos de hardware, de computador, que, em contato com uma programação, com base C++, tem a capacidade de ler grandezas físicas do ambiente, traduzir para o computador e transformar a variação destas grandezas físicas em ações computadorizadas. E o lugar onde o Arduino foi criado foi em Ivrea. Qual a outra grande lembrança que a gente tem de Ivrea? Ivrea era a cidade-sede da Olivetti, da máquina de datilografar. Então, esses meninos, eu conheci eles, eram meninos mesmo, eles deram palestras, eles sentaram, eles fizeram, eles criaram isso

em uma noite de desafio. E eu tinha conhecido o Arduino aqui com os meninos da Arte e Tecnologia. Mas hoje ele é usado, por exemplo, para regar lavoura. Então, a umidade do ar baixa. Esse hardware consegue capturar a informação de que a umidade do ar baixou. E aí ele, com isso, associa disparar a irrigação. A programação C++, trabalha com algoritmos inquietos. Se acontecer tal coisa, então faz tal coisa. Só que a diferença, quando a gente trabalha com programação no computador, você insere o dado com informação verbal. Ou você coloca ele conectado com um banco de dados de um computador. No caso do Arduino, do Arduino mais a programação C++. Esses receptores de informação estão ligados com o ambiente. Então, eu vou te dar alguns exemplos. Eu fui para um congresso em 2011, que era o *Design South America*, o congresso de Design da América Latina, da América do Sul.

Tinha o trabalho de uma aluna de graduação da USP, que pegou esse Arduino e conectou na rampa da FAUUSP. Não sei se você já foi para lá, se você já viu. E as rampas têm uma vibração. O Arduino capturava a vibração da rampa e ia para o computador. Do computador, ele traduzia essas vibrações da rampa em tensões no corpo, numa vestimenta tecnológica, no corpo de uma pessoa, que fazia ali movimentos e uma dança, que traduzia, poeticamente, para quem estava vendo, o que a rampa sentia quando alguém subia e descia por ela. Eu orientei uma aluna aqui do Design, a Alice, que até ela mandou esse resultado para o Congresso Internacional. Ela já fez o mestrado com a gente e acho que já terminou o doutorado também. Mas, na graduação, a gente criou uma marca. Ela fez lá, ela fez produtos, móveis sustentáveis, com base na biomimética. E aí, para esses móveis, a gente criou uma que se movimentava de acordo com o ambiente e com a reação do público. Então, a marca ficava projetada e aí, se alguém batesse palma, por exemplo, a marca dançava. Se estava frio, a marca se projetava com uma cor quente para esquentar o ambiente.

Se estava calor, ela se projetava com uma cor fria. Se estava escuro, ela ficava mais brilhante. Se estava muito claro, ela ficava mais densa para conseguir enxergar o ambiente com claridade. Então, também com essa tecnologia. É muito genial. E é um negócio que você constrói com 100 dólares. E nasceu dos meninos discutindo. Aqui em Brasília, a gente tem um grupo de gamers fantásticos que passaram pelo Design, passaram pela Arte e Tecnologia, que virou um dos produtos econômicos do Distrito Federal, mas tem muita gente que está fora disso. Então, é uma potencialidade. Você vai, por exemplo, na parte de marcenaria, tem gente genial em marcenaria aqui, junto com o pessoal do IFB, junto também com os montadores, com gente que trabalha mesmo como marceneiro. Então, eu acho que, primeiro, a primeira proposta era a gente conseguir mapear tudo isso. E depois colocar isso em diálogo para, daqui para frente, esse diálogo produzir inovação.

*E há algo mais que gostaria de acrescentar ou sugerir para aprofundar essa reflexão?*

Eu acho que seria bacana, não sei se você já leu esse documento da ONU que fala de cidades criativas.

*Esses dossiês estavam perdidos. Ninguém encontrava. Até que o pessoal da Adegraf, o Marcos, foi atrás e conseguiu. Estou com os dossiês agora.*

Eu acho esse dossiê bastante importante. Eu acho bacana, de novo, a gente ver... Porque cada cidade criativa tem um histórico de superação. Cada cidade criativa no mundo tem um histórico de superação. E a ideia da cidade criativa é a gente ter uma rede. Não é só a cidade criativa, a cidade criativa estar em rede! E essa rede trocar experiências, que é uma outra coisa, que quando a gente recomenda, nessa pergunta o que você recomendaria, realmente entrar em contato, trazer pessoas de outras cidades criativas para contar suas experiências aqui. Levar pessoas aqui para contar sua experiência em outras cidades criativas. Montar realmente essa rede de troca.

*Isso até aconteceu com o Fórum, que eles trouxeram Curitiba e Fortaleza. Esse ano vai ter o Fórum 2 também.*

Essa é uma boa experiência. Uma iniciativa. Aquela iniciativa que os meninos fizeram ano passado no CDT, que a gente ouviu o pessoal de Portugal, do Japão. Aquilo é uma iniciativa muito bacana.

*Aquela foi o Fórum das Cidades Criativas.*

Esse fórum eu acho que tem que ter! E a gente realmente conseguir trazer essas exposições para cá, trazer essa experiência, trazer essas pessoas. Porque a experiência *online* é solução financeira. Mas a gente tem troca mesmo é na hora que vamos estar juntos, que surgem as ideias. É na hora do cafezinho. Então, acho que tem que explorar mais isso. Mais essas trocas também. Então, é uma leitura para dentro. Um mapeamento nosso. Em primeiro lugar. E uma conexão mais ativa com essas redes.

## **ENTREVISTA 08**

### **E8.R1**

Considero extremamente relevante, acho que a aquisição, a entrada na verdade né, porque a gente fala muito em título, mas é para além de um título, né? Porque na verdade, é entrar para a Rede de Cidades Criativas da Unesco e fazer parte de uma rede, é fazer parte de uma rede de relacionamentos, de cidades que também tiveram a oportunidade, foram chanceladas pela Unesco para fazer parte desse diálogo; então eu sempre falo isso assim

porque, quando a gente se candidatou, e eu que coordenei todo o processo de captação, enfim estruturação do Dossiê, a gente sempre, reiteradamente falava sobre isso, de ser para além de um título, porque quando você fala assim “cidade tombada”, primeiro sítio moderno da humanidade a ser tombada no mundo, é estático. E no caso de se tornar a cidade criativa, você passa a fazer parte de uma rede de relacionamento, uma rede de Cidades Criativas, então é uma virada de chave muito importante para uma cidade, vai depender muito de como as cidades vão aproveitar essa oportunidade, então eu acho que Brasília teve momentos assim que acabam muito vinculados às questões governamentais, né... então por não ser uma política de estado, e sim uma política de governo, então muitas vezes o governante entende que, como foi feito por um outro governante, não é interessante.

Então a gente ainda passou por esse tipo de desafio, mas hoje, eu acho que não tem como retornar mais, eu acho que as pessoas já se apoderaram desse título, e isso está sendo dito por todo mundo, não só por designers, por arquitetos, por criativos, mas pela comunidade em geral, era nesse lugar, e eu acho que precisou desses quase 10 anos, para isso acontecer.

## **E8.R2**

Então, foi na minha gestão, quando eu fui Secretária Adjunta de Turismo, que a gente adquiriu o título de Cidade Criativa; quando eu fui convidada para assumir a secretaria, meu primeiro ato técnico foi a criação de um Plano de Turismo Criativo para a cidade de Brasília, dentro desse plano de turismo criativo, que foi feito há muitas mãos, com várias oficinas colaborativas, com várias R.As, todas na verdade, foram definidos projetos dentro de cada um dos setores do Turismo, porque eu venho do Turismo. Depois eu me formei em Direito, mas a minha formação Inicial foi no Turismo, aí a gente pegou os alicerces todos dos segmentos que embasam o destino turístico, e dentro dele com um olhar de turismo criativo, a gente definiu uma série de critérios. Dentro do Pilar *market\**, que é muito importante e fundamental para o posicionamento de títulos, a gente definiu alguns projetos, e um dos projetos era candidatar Brasília a Rede de Cidades Criativas; eram muitos projetos, cerca de 28, na época a gente tinha 4 anos para finalizar esses 28 projetos, e um deles era candidatar Brasília.

E aí a gente começou esse movimento, só que a gente se deparou com uma situação, porque Brasília tinha tentado se candidatar no âmbito da música, na Secretaria de Cultura, e a gente teria que ficar uma rodada sem participar, quando você tem o seu dossiê negado; então a gente teve que esperar até 2017, e a gente já queria ter entrado em 2015, e a gente teve que esperar, não daria para entrar naquele ano, como não poderia mais participar naquele ano, a gente tinha que esperar por mais dois anos. E aí a gente juntou todos os criativos novamente para a gente ter certeza, através de muitas entrevistas, com os sete segmentos que você pode se candidatar, pra gente chegar ao Design. A gente começou

com o pessoal da música, com o pessoal do cinema, a gente achava que o cinema talvez fosse mais interessante porque a gente vinha de uma crescente do nosso festival de cinema e tal, só que aí a gente conversou com vários diretores e produtores da cena e eles falaram que faltava muito ainda para Brasília de fato ser uma cidade do cinema, então, por falta de apoio, por falta de logística enfim, e no design a gente estava vivendo uma efervescência, sabe?

Muitos designers ganha ganhando prêmios internacionais, muitos projetos em Brasília de ocupação dos espaços públicos, muito dentro desse conceito do *Design for All*, o design é para todos, então ocupação por meio dessas feiras de Design e Arte, estávamos vivendo essa ocupação da cidade, e foi nesse viés que a gente trabalhou toda a candidatura, de apropriação da Comunidade dessa cidade, arquitetônica, pujante, que é esse grande museu a céu aberto. E aí, a partir disso, a gente participou de muitas políticas públicas, a gente levou o design brasileiro para mais de 10 feiras no mundo, a gente participou de várias semanas do Design, Europeias e duas em Nova York, a gente fez várias ações, fomentou e incentivou várias ações e políticas públicas de melhoria do setor do Design, enquanto eu estive na secretaria. Então eu participo ativamente, hoje eu tenho a Semana de Design de Brasília, e nesse projeto e por acreditar no potencial da cidade e por viver e conviver muito próximo a essas outras 36 Cidades Criativas do Design e ter tido a oportunidade de conhecer algumas semanas de Design em algumas dessas cidades mundo afora, foi o que me inspirou na verdade a criar essa semana, e depois disso, enquanto Federação do Comércio, porque eu sou superintendente da Federação do Comércio também, a gente criou uma Câmara de Economia Criativa aqui, e a partir dela a gente também já impulsionou vários projetos né?

A gente conseguiu aumentar o valor da lei de incentivos a cultura, a gente conseguiu o fomento, uma linha específica dentro do FAC para o Design, que era uma coisa que ainda não existia, a gente está agora batalhando, já está em aprovação, uma lei de incentivo ao turismo, que também é uma linha específica para o design voltado para o desenvolvimento urbano. Enfim, então a gente tem os Distritos Criativos que também é um projeto que está em votação agora, que está sugerindo a criação de seis distritos criativos no Distrito Federal, com isenção de impostos, enfim... estou sempre muito envolvida com essas políticas públicas e empresariais de fomento ao setor.

### **E8.R3**

Exatamente os exemplos que acabei de dar, todas são ações concretas de que esse título possibilitaria por exemplo, e aí estou falando de recurso, enquanto governo, se quero buscar recurso para fazer uma obra X, que tem vínculo com o segmento do design por meio da Unesco, por você fazer parte da Rede, você já consegue assinar um protocolo de intenções com a Unesco; por você participar da Rede, você já consegue pegar dinheiro a

fundo perdido, por exemplo, na Europa, com dinheiro voltado às Políticas de Desenvolvimento Urbano.

*Será que em Brasília conseguiria?*

Sim, só querer fazer o projeto e fazer acontecer. Por exemplo, na África a Cidade do Cabo, Cidade do Design, em todos os encontros deles da cidade do design, sempre tinham um case com recurso de milhões que eles buscaram na União Europeia, a fundo perdido, para a cidade de Cape Town, e isso poderia acontecer no Brasil.

#### **E8.R4**

O Design tem vários segmentos, quando a gente fala em design, a gente está falando desde a parte de design de produtos até as Políticas Públicas mais ousadas de melhoria da qualidade de vida do cidadão na cidade. Então a gente tem a cidade de Curitiba, que é uma cidade do Design, e eu li quase todos os dossiês de várias cidades do design do mundo, quando a gente estava escrevendo o nosso, e o dossiê da cidade de Curitiba está muito focado no projeto do Jaime Lerner, muito focado nas Políticas Públicas de melhoria da infraestrutura urbana por meio do Design, daí não seria o design em si ou do meio arquitetônico, a gente está falando de design de serviços que isso é muito visto em Curitiba, nos seus transportes públicos por exemplo, essas interações, esses modais de interação de transporte público é latente, e isso é design, é design de serviços né? Como ofertar qualidade de um serviço que está sendo disponibilizado para a população; vai muito nessa dinâmica, por exemplo em Curitiba tem uma ponte que passa de carro, tudo muito voltado para infraestrutura, o que não é o caso de Brasília, infelizmente.

O que acho que falta, pois a gente ainda fica discutindo o design na sua micro especificidade e não olha para o seu potencial de design de experiências, de design de serviços para a população; nessa ponte de Curitiba, a parte de cima passa carro e a parte de baixo bicicleta, isso logo depois que eles viraram cidade do design, eles incorporaram essa questão do design de experiências e de serviços dentro da arquitetura urbana, na logística, coisa que não aconteceu aqui. Vou falar da minha época, que foi no governo Rollemberg que a gente conseguiu o título, logo depois iniciou-se aquela obra do trevo norte, quando eu conheci a obra, eu era secretária na época e fiz várias considerações(...) e uma delas era não trazer inovação, pois iriam refazer a Ponte do Bragueto e nem solução de arquitetura e design e nem estética (...) Então faz como Koltrick, fizeram uma ponte e contrataram designers da cidade, que penduraram uns anjos similares ao da Catedral, só que são esculturas, gigantescas, toneladas de material reciclável, restos de carro, etc

O Governo, não faz a cidade acontecer, não se apropria e aí não aparece, pois só aparece quando é grande; então é isso que acho que falta, tem uma cidade na Escócia que tem um rio que corta a cidade de Dundee, e as cadeiras dos salva vidas são do Philippe

Starck, todo mundo quer tirar foto, são cadeiras assinadas pelo Philippe Starck, com aquela caveira laranja atrás, incrível! E todos veem o Salva vidas lá em cima, então é isso, é como você respira e agrega valor sabe, é o que eu acho que falta assim.

## **E8.R5**

Acho que o principal desafio de todos é transformar essas políticas citadas em Políticas de Estado, e não de Governo. Acho que a descontinuidade dos projetos interfere brutalmente, e aí falo de um problema do Brasil, não só de Brasília, o que influencia sobremaneira no desenvolvimento dos projetos; sei porque vivi isso na pele, eu acho que realmente é muito ruim, tinha que ter um outro olhar em relação à isso. Por exemplo, a Unesco cobra de todas as cidades criativas um relatório de 04 em 04 anos, então, esse tipo de cobrança, de prática desses organismos multilaterais e internacionais são muito importantes, porque mesmo que mudou o governo, é obrigatório entregar um relatório, senão vai ficar na sua mão a responsabilidade possivelmente de sair da Rede, então não tem político que fale, não, não vou fazer!

Então amarrar dessa forma para a gente é muito legal, a gente entregou um relatório em 2022, e ano que vem já tem que entregar o próximo; com certeza o governo que estiver lá vai me procurar, mesmo que a gente já não esteja mais, vai procurar trazer todo mundo de volta para discutir e trazer pessoas novas, então acho que o desafio mesmo, o maior deles é a continuidade.

*Um comitê gestor ajudaria?*

Acho que ajudaria e essa foi uma das propostas que a gente fez dentro do Dossiê, foi um dos projetos, e a gente apresentou 4 ou 5 projetos, e um deles era estabelecer a instância de governança da Cidade Criativa do Design. Isso acabou não acontecendo, fiquei sabendo que tem uma iniciativa agora da Adegraf com o Sebrae, porque a superintendente\* (Rose Rainha) me falou, propondo uma iniciativa no sentido de realmente criar um comitê gestor. A minha única preocupação, assim de verdade, é que eu acho que, quando a gente pulveriza muito, a gente perde força. Então a gente já tem a Câmara de Economia Criativa da Fecomércio, o Comitê de Design da ACDF, a gente tem o Conselho de Cultura, que trata de uma das pastas do Design; a Secretaria de Cultura está criando agora o Conselho de Economia Criativa, e assim, acho que são muitas iniciativas, e acaba que você vai pulverizando as pessoas, sabe? Então assim, me preocupa um pouco, tem que ser muito estratégico, sabe? E potente.

*Será que teria uma forma de conectar todos esses agentes e atores, para fortalecer?*

Esse Conselho da Economia Criativa pretende ser esse lugar, que vai conectar todos, porque vai ter um assento da ACDF, um assento da Fecomércio, assento do Sebrae, da

ACDL, um assento de cada secretaria de estado, são 42 vagas, então a ideia é que conecte todo mundo. Por exemplo, aqui tem alguns convidados, mas a maioria são empresários, pois é uma câmara empresarial, o da ACDF também é empresarial, porque é uma Associação Comercial, então esse do governo talvez seja esse que vai conectar todo mundo.

## **E8.R6**

Acho que a gente está num momento muito propício e de crescimento mesmo, acho que esse Título é um título muito importante para a gente posicionar Brasília, até porque venho do Turismo né? Então, acho que do posicionamento de Marca Cidade, porque durante muito tempo a gente ficou vinculada a questão da política mesmo né? E toda vez que acontece uma história aqui, como aquele 08 de janeiro, toda vez que acontece uma história horrorosa, a gente acaba ficando a mercê disso, e ficam falando de Brasília, então, para descolar dessa coisa política, eu acho que ser Cidade Criativa do Design é uma grande oportunidade de posicionamento de destino, e acho que poderia ser posicionar assim no Brasil e no mundo. Fortaleza é Cidade do Design? É! Mas não parece, apesar de ser uma cidade incrível no âmbito do artesanato.

Brasília, quando eu fui para Paris, para defender o título, na banca tinha uma Indiana lá, e daí ela falou assim para a gente: "Olha, se Brasília não for Cidade do Design, eu definitivamente não sei o que ela é. Porque ela já é! Tanto que nosso slogan era: "Brasília, a cidade que nasce do design, e do design renasce todos os dias". Porque ela é mesmo isso, né? Eu não estou falando só da área tombada não, estou falando de Brasília como um todo.

E aí o outro grande desafio, e falo para mim também, é incluir as R.As porque elas estão voando, elas estão voando nas suas peculiaridades, cada uma no seu segmento. Você conheceu a pesquisa que a gente fez da Universidade Católica? Panorama Criativo. Olha, pensar que o governo investiu durante uma vida no Polo de Moda do Guará, que não é polo de moda, gente, aquilo é polo de moda da China, sabe? Porque o Polo de Moda verdadeiramente é na Ceilândia, que é todo focado no hip hop, então assim, é isso, sabe? A gente precisa ter mais estudos, a gente precisa conhecer mais, até para auxiliar os tomadores de decisão a desenvolver os seus projetos, a aplicar os recursos, a desenvolver Políticas Públicas, porque senão fica todo mundo atirando achando que vai acertar, né? (...)

Quando eu era secretária, a gente foi "Cidade Americana da Cultura", tudo que a gente se candidata é muito difícil dar ruim, na grande maioria das vezes. Ah, é a cidade mais arborizada, é a cidade mais sustentável, é a que tem o maior parque, o maior lago artificial do mundo, é a criativa, é a tombada. Brasília é um berço mesmo de cultura, de arte, de economia criativa, eu falo que aqui tem uma ambiência, uma nuvem criativa que nos coloca num lugar muito diferenciado, fora que é energeticamente diferente, né?

## ENTREVISTA 09

### E9.R1

Complexo, uma pergunta com uma resposta bastante longa. Sim, eu acredito muito neste título, não à toa a gente batalhou tanto por ele, e acho importante sempre trazer o contexto de porquê a gente batalhou para trazer esse título, né? Não foi uma coisa que surgiu do nada - "Vamos colocar Brasília na rede da Unesco" - não é isso! A gente vinha fazendo um trabalho de desenvolvimento da atividade turística no Distrito Federal há muitos anos, sempre com muita dificuldade de trabalhar o posicionamento de Brasília como um destino turístico; isso muito no nascedouro de algo que a gente tem, que é uma mídia extremamente negativa em relação a Brasília, diariamente na TV; pela veiculação da imagem de Brasília como uma cidade política, e infelizmente muito vinculada a questão da corrupção, dos mal fazeres da política, isso diariamente noticiados. Então nós temos uma cidade incrível, uma capital desse país, que tem no seu DNA um viés muito forte de política, não tem para onde correr, nós somos a capital do país.

Nós temos uma questão muito forte em Brasília, que é o modernismo, a arquitetura modernista, o tombamento de Brasília pela própria Unesco como patrimônio cultural da humanidade, o que a torna diferente das demais, uma cidade que foi tombada muito jovem, enfim toda essa relevância patrimonial que Brasília tem! Então, o que a gente percebia muito claramente, é que no mercado internacional tem uma aceitação incrível de Brasília as pessoas são completamente apaixonadas por Brasília. Brasília está no imaginário do mundo, sobretudo aquelas pessoas que são muito ligadas à arte, à arquitetura e ao design. Então, isso é algo que ficou muito claro para nós!

Inclusive, eu tive uma passagem muitos anos atrás pela Brasília tour, que foi na época uma empresa de desenvolvimento da atividade turística aqui do Distrito Federal, e na minha passagem por Brasília, se não me engano, fui coordenadora de feiras internacionais, então eu tive a oportunidade de passar dois anos viajando muito para muitas feiras internacionais, que era nosso mercado prioritário na Europa, cinco principalmente, Portugal, Espanha, Itália, Inglaterra e Alemanha. O que eu percebia quando estava nessas feiras promovendo Brasília, percebia que a gente não precisava nem explicar Brasília para a grande maioria das pessoas, as pessoas vinham até nós para entender Brasília, perguntar sobre Brasília, como era vir a Brasília. Quais as facilidades, porque no imaginário delas, já tinha uma questão muito forte principalmente vinculada com a questão da arquitetura, Oscar Niemeyer, um nome muito proeminente em todas as nossas interações, e aí eu fiquei muito com isso na minha cabeça, sabe?

Como é tão fácil vender Brasília no mercado internacional e tão difícil vender Brasília no mercado nacional! E aí a gente vai fazendo algumas deliberações, de possibilidades e a gente entende que tem muita vinculação com a mídia negativa diária, que o brasileiro ouve desde que nasceu, então a coisa mais normal do mundo é ligar o Jornal Nacional, que é o momento que a família se reunia, esse hábito vem mudando muito. Mas independente de ser pela televisão, a internet está aí também, então a gente tem um bombardeio muito negativo em relação a imagem de Brasília. Então tudo isso nasce quando a gente pensa uma forma de vender Brasília para o brasileiro, de uma forma diferente, *sui generis*,

trazendo todo o charme e o quão Brasília é diferente, totalmente diferente do restante do mundo. Então como a gente pode trazer visibilidade para essa Brasília criativa, essa Brasília diferente, essa Brasília que só o brasiliense praticamente conhece. Brasileiro não conhece esse viés de Brasília, ninguém conta isso para ele.

A mídia não conta, a gente não tem um *trade* de turismo forte, que possa fortalecer e contar essa história e atrair esses turistas, nosso *trade* turístico infelizmente nunca foi muito forte aqui no DF, então nasce a ideia de uma política pública baseada num Plano de Desenvolvimento do Turismo Criativo em Brasília. Então nasceu o Plano de Turismo Criativo de Brasília, e dentro desse plano, que foi uma política pública articulada com outros pares e muitas parcerias, e eu considero que o principal parceiro na época foi o Sebrae DF, que foi quem pagou essa conta. Porque a ideia nasce na Secretaria de Turismo, que não tinha dinheiro, então temos sempre que sair passando o pires, precisando inclusive de parceiros financeiros para executá-lo, e o principal parceiro financeiro no início do processo foi o Sebrae. Então, dentro desse plano de turismo criativo que está disponível na internet para consulta inclusive, passamos a fazer as articulações para implementação dos projetos contidos nesse plano. E um dos projetos contidos nesse plano era a candidatura de Brasília a Rede de Cidades Criativas da Unesco - UCCN.

Quando a gente então decidiu trabalhar a candidatura de Brasília, a gente passa para uma próxima etapa que é escolher o campo criativo, mas antes disso, para fechar a primeira pergunta, a importância desse posicionamento de Brasília como Cidade Criativa do Design vem para a gente ressaltar tudo que Brasília tem no seu DNA, de relevância em termos de design e arquitetura; mas para além disso, trabalhar uma imagem de Brasília que consiga conquistar espaço nas casas dos brasileiros. Porque hoje o espaço conquistado é muito negativo, quase que única e exclusivamente em função da mídia negativa derivada da política. Então o que a gente quer é trazer o *lifestyle* do Brasiliense, trazer o quanto a arte pulsa nessa cidade, trazer o quanto Brasília sempre foi berço de inovação, e trazer uma visão diferente para o brasileiro, principalmente que o brasileiro consiga tirar esse ranço dessa cidade, da política e da roubalheira, e consiga ter orgulho da capital do seu país, que é uma cidade muito forte em criatividade e inovação, em articulação, trazer a visibilidade dessa Brasília que o brasileiro não conhece.

É fundamental que a gente empenhe todos os esforços, e daí a gente está falando também de uma questão que é muito importante, que as pessoas precisam entender: que a cidade criativa não é um título do governo, não é um título do Sebrae, não é um título da UnB que tem a área de design, não é um título do IESB, que tem o curso de design. É um título da cidade! E uma cidade criativa só é efetivamente uma cidade criativa, a partir do momento que isso consegue ser transposto, na rua, nos feitos, nas falas, e isso só vai acontecer dessa maneira, na minha concepção, no dia que a gente entender que isso é uma ação de todos! Seja o setor público, seja o setor privado, que eu acho que se empodera quase nada desse título, seja a sociedade civil mesmo, e para isso a gente tem que trabalhar a comunicação desse título, para que a gente tenha cada vez mais engajamento.

A maioria da população não sabe nem que Brasília tem esse título, assim como a maioria não sabe que há tantos anos Brasília tem o título de Patrimônio Cultural da Humanidade pela própria Unesco. Então é um desconhecimento, aonde acredito que a

gente tenha que começar a pensar em trabalhar muito em Brasília e no Brasil a questão da Educação Cívico Patrimonial, então quem não conhece nunca vai proteger e nunca vai amar aquilo que não conhece. A gente protege, a gente se empenha em fomentar e proteger aquilo que a gente ama!

### **E9.R2**

Acho que esse engajamento que acabei de citar que é fundamental, o que acontece, a gente tem um ranço infelizmente no Brasil que quando uma coisa é conquistada por uma gestão governamental, a próxima gestão quer colocar aquilo debaixo do tapete, porque aquilo é uma referência do governo passado, isso nitidamente aconteceu após a gente ganhar o título, que foi no governo Rollemberg, e no governo seguinte a gente teve uma pessoa que assumiu a Secretaria de Turismo e que colocou isso embaixo do tapete, entendeu? Então nós passamos quatro anos praticamente sem nenhuma ação efetiva, tinha assim pequenas ações para não perder o título, mas isso chega a ser ridículo do ponto de vista que você está prejudicando toda uma comunidade em função de não querer dar visibilidade a algo que foi conquistado no governo anterior.

O que é lamentável né? Eu acho que essas descontinuidades na política pública são muito ruins. Eu acho que a gente vai sempre passar por isso, até a gente ter uma mudança cultural no Brasil, e isso a gente sabe que leva muitos anos, não vai ser em 10/15 anos que a gente vai conseguir fazer essa transformação. Então eu acho que a gente deveria se preocupar agora sobretudo em trazer a iniciativa privada para junto desse movimento, porque a iniciativa privada é, no meu ponto de vista, quem consegue fazer as devidas cobranças ao governo e não permitir que os governos queiram colocar qualquer coisa embaixo do tapete e não dê a devida visibilidade a algo que veio do governo anterior; então a gente sabe que a iniciativa privada tem o poder de cobrança, a sociedade civil, todos nós temos o poder de cobrança, então a gente precisa cobrar! E como a gente vai cobrar se a gente não está organizado? Então a gente precisa se organizar, precisa ter um comitê gestor, onde a gente possa trabalhar toda fundamentação da política pública fora do governo, e exigir que o governo faça a parcela de responsabilidade dele. Mas esse Domínio não pode ficar no governo, isso eu falo desde o primeiro dia que a gente começou a trabalhar quando eu ainda era governo, que a gente trouxe esse título, eu já tinha esse posicionamento e já falava que isso não pode ficar na mão do governo; o governo é um agente articulador, mas ele não pode ser o detentor do domínio do trabalho com a cidade criativa.

### **E9.R3**

No meu entendimento nós temos que ter um comitê gestor, nós temos que ter um grande trabalho de planejamento feito por nós e não ficar batendo na porta de ninguém pedindo para alguém fazer isso, nós temos que fazer isso, e a partir desse Norte, consensuado com os pares obviamente, convidar todo mundo para a construção, mas a responsabilidade da construção tem que ser nossa, desse grupo gestor vamos dizer assim, e a partir deste planejamento, aí sim a gente começar a fazer as exigências que a gente entende que são necessárias.

Talvez, a gente tenha que pensar em comitê gestor que tenha um recurso próprio, e esse recurso pode vir do governo, esse recurso pode vir da iniciativa privada, esse recurso tem que ser articulado, e o governo tem um papel muito importante nisso, tanto no apoio a estruturação desse planejamento, quanto na promoção das ações, no ponto de vista do Turismo né? Então assim, formatou-se um produto de "Brasília Cidade Criativa do Design", nós vamos vender esse produto se tiver promoção, se não esse produto não vai ser vendido, e aí entra o governo, o governo precisa nos apoiar.

*A Unesco entra com algum recurso?*

A Unesco não tem recurso. Quem mais poderia colocar recursos nisso? Os ministérios, desde que entendessem que isto é interessante, mas principalmente a iniciativa privada. Agora, em Brasília, a gente tem uma questão aí que é bem complexa, por exemplo você pode pegar cidades por aí que estão envolvidas em contextos industriais, com forte contexto Industrial, o que não é o caso de Brasília. Brasília é uma cidade de serviços, e a gente sabe que o serviço tem menos recursos que as indústrias. Então qual a estratégia nós vamos utilizar para este trabalho, aí uma questão da gente realmente desenvolver estratégias! Às vezes me dá uma certa tristeza, não sei se você lembra daquela oficina que a gente fez lá no Biotic não tinha quórum, as pessoas não vão, entendeu?

Cadê a galera que toma decisão, cadê a galera que senta para decidir, parece que tá todo mundo meio com preguiça, meio cansado. Quando eu penso nisso, eu penso que a gente tem que rever algumas questões, não está dando certo, não está funcionando, a gente tinha uma necessidade muito grande de ter pessoas estratégicas ali, e a gente não conseguiu o quórum! Mas daí não conseguiu o quórum uma vez, vamos desistir? Então eu acho que falta essa organização. Porque a gente não pode começar por exemplo, com pequenos projetos com recursos no FAC? Ir crescendo e pensando produtos para a cidade criativa, produtos mesmo. Ocupação do espaço público pode ser um produto da cidade criativa, projetos de ocupação do espaço público, desenhar uma metodologia onde consiga trazer a iniciativa privada, com benefícios diretos a ela, tais como a exploração de marca em determinados territórios. Então, eu acho que a gente tem que procurar caminhos para materializar essa cidade criativa. Outra questão importante, por mais que tenha o título, Brasília não consegue se materializar efetivamente como uma Cidade Criativa porque, primeiro nós temos umas dificuldades básicas: a lei do silêncio! Você não pode fazer nada em lugar nenhum! É hora da cidade criativa dominar esses espaços!

#### **E9.R4**

Acho que primeiro os profissionais do Design ajudem a desmistificar o design; o design, assim como quando a gente fala em arte contemporânea, estou citando um exemplo aleatório, intimida as pessoas, porque as pessoas não têm conhecimento desse conceito. Elas não sabem o que é arte contemporânea, design, elas acham que é algo de um pequeno grupo de estudiosos que têm acesso a uma informação, é uma nata intelectual, isso é absurdo! Eu tive um aprendizado muito grande com o Japão, você já deve ter ouvido contar essa história, porque eu sempre trago essa história! Quando a gente participava das reuniões setoriais do Design, quando eu ainda estava no governo do Distrito Federal, eu tive muito contato com o Japão no COB.

O Executivo que veio trazer os projetos de inovação dessa cidade no Japão me deixou muito impressionada, porque ele contou pra gente que eles começam a trabalhar a educação para o Design com crianças a partir de 3 anos de idade, nós estamos falando de prezinho, de criança que mal sabe articular palavras e falar, e elas estão ali nas escolas do Japão aprendendo o que é design. E por que ele traz a importância do ensino do Design em tão tenra idade, justamente porque o design é transversal e aplicável a "N" possibilidades. Então, se a gente tem a compreensão da transversalidade do Design, a gente entende design de uma outra maneira, mas eu acho que até por se tratar de um tema estrangeiro, "Design", a gente precisa, e aí cabe também ao profissional do Design, trabalhar a aproximação do conceito com o grande público.

E a gente sabe que, infelizmente, no Brasil a gente tem uma questão muito difícil sobre compreensão de conceitos né? Interpretação de texto e tudo mais! Nos cabe ser muito didático na explicação do que é design, mas é importante trazer a importância da educação para o design, não só em cursos especialistas e técnicos em design, desde a escola se as crianças pequenas entenderem o que é isso, porque o olhar delas passa a ser diferente para o design. O setor do design tem uma capacidade ou deveria ter, e faço essa provocação também - já que obtivemos o título a partir desta categoria criativa - então eu acho que a responsabilidade para esta categoria, será maior do que para as demais categorias criativas.

Quando a gente fala de uma cidade criativa, por mais que ela tenha relevância no design, nós não estamos falando que ela é criativa só no design, uma cidade criativa nunca é criativa somente em uma categoria. É claro que aquilo é o que dá o destaque para ela. Aquilo é o que a projeta mundialmente, mas todas as áreas da economia criativa devem estar muito bem articuladas, para um efetivo posicionamento de uma cidade criativa, não é o design que vai tornar Brasília uma cidade criativa!(...)

Os designers têm essa visão sistêmica para construir pontes entre governo sociedade e outros atores. Então eu acho que os designers, de modo geral e os profissionais estudiosos enfim, precisam ter esse protagonismo, não só na difusão do conceito como também na iniciativa de proposição de novos projetos que possam levar esse conceito cada vez para o maior número de pessoas. Eu acho que tem que ser protagonista no capitaneamento desse grupo gestor, assim como está sendo aqui aqui em Brasília, a partir do momento em que a Adegraf colocou a mão, e essa é uma ação porque nós corremos o risco de perder isso, então eu fico muito feliz desse grupo de profissionais ter olhado para isso, ter entendido a importância disso e estarem se debruçando, temos pessoas aí muito atuantes, o Marcos, você, Alessandra, o Wagner. Então a gente tem hoje algumas pessoas que entenderam isso e que eu acho que tem uma relevância muito grande nesse cenário, para não deixar, primeiro a gente perder o título, porque sim nós podemos perder o título, eu nem gosto de chamar de título porque não é um título mas enfim (...)

Então eu acho que esses profissionais do Design eles têm essa responsabilidade! Trago também os profissionais do Turismo que são fundamentais nisso, porque não adianta nada designers conversarem com designers, o que é importante é a gente ter também profissionais que consigam compreender esse universo, embalarem e promoverem isso para o Brasil e o mundo. E aí eu acho que a articulação do profissional do Turismo é

fundamental nesse processo, e não à toa tudo isso nasce com profissionais do Turismo e não do Design. Pasmê!

#### **E9.R5**

Vejo muitas oportunidades, a gente é uma cidade completamente diferente do restante do país! E olha que eu já morei em muitas cidades do Brasil. Então, eu falo isso com conhecimento de causa, eu só não morei no sul do país. Eu já morei no sudeste, no centro-oeste, no norte e no nordeste. Então, quando a gente observa a dinâmica de outros territórios no Brasil, e você olha Brasília, a gente vê que tem muito mais facilidade de implementação de políticas públicas. A gente tem um território que não é um território dos mais violentos, a gente tem uma questão de segurança que nos diferencia; óbvio que estou excluindo aqui algumas R.As que são mais tensas, de um modo geral a gente tem uma cidade segura, a gente tem um povo educado, a gente tem um povo que tem o nível de esclarecimento mais alto que no restante do país. Vou te trazer um exemplo: \_ Você lembra quando foi implementada a faixa de pedestres em Brasília? Você lembra daquele trabalho de educação feito pelo governo na época que foi incrível! Eu queria muito saber quem foi o responsável pelo projeto porque eu queria conhecer essa pessoa e dar os parabéns a ela, eu queria dizer que se tivesse mais meia dúzia de você no mundo, que a gente poderia ter um país diferente!

Mas por que aquilo deu certo? Porque teve investimento! E não foi só investimento financeiro, foi investimento estratégico! Você lembra que quando a gente parava no semáforo vinha um anjo com as asas abertas, nos contar porque a gente tinha que parar na faixa de pedestres? Aquilo tocou as pessoas! Então, aquilo me fez perceber que o Brasiliense em si está ávido por melhorar, dá orgulho para a gente! Então eu acho que a gente tem um território que tem muita fertilidade para se desenvolver! O que eu acho que falta, falta continuidade de política pública, e a gente vai bater naquilo que a gente falou lá, se não me engano na primeira pergunta, o ranço do "Ah isso deu certo, mas tem a marca do governo passado. Então a gente tem que fazer outra coisa nova que tem a cara desse nosso governo". E assim caminha a humanidade para trás!

Eu acho que as políticas de Estado e não as políticas de Governo são a nossa maior carência, para que a gente seja mais sustentável, resiliente, mais isso e mais aquilo! Então mais uma vez eu volto a dizer que nós precisamos ter, para além do governo, um ambiente de tomada de decisão e cobrança. Onde a gente possa estar muito bem organizado, muito bem representado, para que a gente não esteja o tempo todo caindo nessa história de avança dois passos, retrocede três, isso é muito desgastante! Até os profissionais mais engajados se cansam disso!

#### **E9.R6**

Eu acho que a gente tem que se fortalecer enquanto comunidade, se entender enquanto comunidade que tem um objetivo em comum! (...) Eu vi acontecer! Muitos profissionais engajados, mas vi muitos profissionais querendo ser protagonistas! Como uma

disputa de egos, que começa a entrar num viés político, de posicionamento político, e não dá para ter viés político, não dá! (...) Guarde sua opinião política para você, no ambiente profissional de discussão, pode se discutir política, mas não política partidária que aí atrapalha tudo! E aí se entra nessa do timinho da esquerda ou da direita, e ninguém chega a lugar nenhum! Então eu vi muito acontecer isso, disputa de ego!

### *Como fazer para engajar a população das R.As?*

Educação é um ponto, mas primeiro levar o conceito. Por que você precisa se orgulhar disso? Porque Brasília é diferente do mundo! É preciso contar essa história para as crianças, para os adolescentes, e a gente precisa fazer com que eles entendam que aquilo tem uma materialidade para eles! Vou exemplificar: Vamos definir um território, vamos lá para a Ceilândia, que é um território grande, como eu vou comunicar para o "ceilandense", que Brasília é uma cidade criativa e que isso nos coloca num posicionamento diferente, que isso nos dá relevância Mundial, e que isso não é só uma teoria que está longe, olha só como ela pode funcionar na prática: \_ oh galera da Ceilândia, jovens da Ceilândia cheguem aqui! Vamos sentar aqui todo mundo, seguinte nós temos um projeto aqui que a gente quer transformar o espaço por meio do Design, e eu falo muito desse projeto com o Marcos, então vamos fazer o projeto aqui que é o seguinte: vamos pegar este espaço, este território aqui dentro da Ceilândia, vamos exemplificar com uma praça que ninguém passa por ela hoje, que ela está escura, está mal cheirosa, porque o povo mija, o povo usa droga lá, a mulher não passa lá nem lascando, sozinha. Então, a gente vai pegar esse espaço que é hoje temido pela comunidade, e vamos transformar ele num ponto de encontro da Comunidade!

Então nós vamos fazer uma intervenção nesse espaço com a participação da comunidade, não é um mestre em design que vai chegar lá e vai falar assim: \_ vamos fazer assim, assim ou assado! Que isso não engaja ninguém! Você, com o conhecimento que adquiriu de mestre em design, vai chegar e sentar com eles, vai aplicar uma metodologia de design, vai escutar ativamente o desejo dessa comunidade, e vai construir junto com essa comunidade o que essa comunidade quer naquele espaço. A comunidade pode ser responsável inclusive por angariar recurso financeiro! Então, pegou essa Praça: \_ Quais são as empresas em volta da praça? Tem uma padaria, tem uma auto peças, tem uma clínica de estética. Nós vamos bater na clínica de estética e vamos falar: escuta, nós queremos transformar esse espaço, nós vamos bater lá na automotiva e na padaria e vamos falar sobre a transformação desse espaço e que vai precisar do engajamento, vocês podem colaborar financeiramente?

Ah, eu só tenho R \$100 para dar! Que é muito bem-vindo esses R \$100. Mas se você quer explorar a sua marca na praça e isso vai ser bastante vantajoso para você, você pode pagar R \$3000! Aí o empresário vai dar os R\$ 100 dele de contribuinte mais os 3.000 como empresário usufruindo, e aí a gente vai combinar com essa comunidade: \_ Comunidade é o seguinte, para cada um real que vocês conseguirem colocar aqui nesse projeto, nós vamos fazer uma parceria com a Ciplan, de cimento, que vai dar R\$ 2, então para cada R\$ 1 que a comunidade da Ceilândia colocar, a Ciplan dá dois!

Você entende como você conseguiu envolver a comunidade? E aí só na Ceilândia você mexeu em uma praça, e quantas praças tem na Ceilândia para a gente mexer? Umas 500! Aí você consegue o engajamento como? Aquela praça lá da R.A 10, da QE 10, a galera vai dizer: Poxa, gente, eles conseguiram mudar aquela praça, a gente tem que mudar da 34 também! Vamos para dentro da 34 e vamos articular! Aí você consegue começar a criar engajamento! Aí você consegue ver gente correr atrás da Adegraf, da Eneida, da Nicole, querendo fazer também no próprio território, pedindo ajuda para construir isso! Só que se você não apresenta materialidade para as pessoas, tudo vira teoria, e teoria ninguém quer saber, tem muita teoria! Existem 400 mil teorias e ninguém tá querendo saber de teoria, quer saber de mudanças efetivas em suas vidas! Entendeu?

E não adianta a gente falar de teoria complexa para quem tá tendo dificuldade de botar o pão na mesa, então assim, que estratégia utilizar e para que grupo de pessoas? Eu acho isso um grande desafio! Outro viés, enquanto grupo gestor, pode se pensar na educação patrimonial, precisamos trabalhar a educação patrimonial, isso é responsabilidade nossa! Ah, eu acho que a gente tem que se organizar melhor, tá? eu acho que a gente tem pessoas muito boas envolvidas, mas eu acho que sem um documento orientador embaixo do braço, a gente não vai chegar em lugar nenhum, e a gente não tem poder de convencimento como a gente poderia ter! Então eu acho que a gente precisa ter um plano estratégico de desenvolvimento, de posicionamento de Brasília enquanto cidade criativa do Design! Esse é um documento que eu acho que é muito importante para a gente dar os próximos passos; a gente precisa instituir um comitê gestor oficial, arrisco dizer que eu gostaria que o ponto focal não fosse de dentro do governo! A Unesco é muito criteriosa, onde se precisa ter um nome com sobrenome, então eu acho que esse nome não deveria ser de dentro do governo, e não necessariamente tem que ser. Isso é uma questão de organização da cidade.

*Seria o caso de uma entidade como o Sebrae?*

(...) Só que isso tem que ser prioridade dentro da entidade, e algumas trabalham com muito pouco recurso e que ainda não entendeu o potencial do Turismo. (...) Como se cuida de um turismo, como o da capital do Brasil com pouco recurso? Acho que a gente tem que procurar representação oficial, sabe, Floripa conseguiu fazer isso com o “Floripa Amanhã” e sabe fazer isso muito bem, então nós temos um benchmarking muito bom em Floripa. Na minha opinião é uma das cidades da rede de cidades criativas, que até tem bastante problemas também, mas que é uma das propostas mais assertivas que tem que é o Floripa Amanhã.

## **ENTREVISTA 10**

### **E10.R1**

Eu acho muito relevante. Eu acho que foi um processo que foi importante para a gente no sentido histórico, Brasília foi considerada com a possibilidade de receber outros títulos, mas que o Design tomou frente nessa representatividade. Eu acho que muito pelo histórico

de Patrimônio Histórico Mundial, no caso, também pela Unesco. E essa representatividade vem desde esse processo histórico da cidade.

E o setor do design eu acredito que estava adormecido, no sentido de que, por mais que a gente tivesse, principalmente, estava até conversando com o diretor-geral da DW de São Paulo ontem, e a gente falou da Adegraf. Por mais que as nossas instituições tenham uma referência nacional, a gente não pratica e não alimenta essa referência no nosso local. Ela é muito desconhecida para muita gente, desse nosso setor. Então, o reconhecimento, por meio do título, acho que veio para chancelar de fato a importância, não só como cidade, como patrimônio histórico, mas também como um polo criativo no setor do design. E acredito que como comunidade criativa como um todo. E que abriu portas nesses últimos anos, desde 2017/2018, para a gente ganhar essa notoriedade no âmbito nacional.

#### **E10.R2**

Como instituição, a gente já teve participações em algumas iniciativas, principalmente com os envolvimento dos centros de atendimento ao turismo, que eu acho que são potenciais não só de reconhecimento local, mas também que aproximam o turista para a cidade, e reconhecer, o turista reconhecer também esse título. Mas a gente, como associação, a gente tem se movimentado para claro, com iniciativas, vamos dizer assim, particulares à associação, mas que eu acredito que fortalecem também, vendendo essa chancela também para o público. Inclusive, quando a gente promove os eventos, a gente sempre coloca como característica justamente essa representatividade do projeto específico que seja, perante a importância da cidade ter esse reconhecimento como cidade criativa. E acredito que a Semana de Design vem com o objetivo de movimentar, não sendo algo que, de fato, represente todas as comunidades criativas da cidade, mas vem com uma certa importância de movimentar pelo menos a cidade nesse sentido. E acho que, pela associação, pela Adepro, a gente tem tido pelo menos uma visão de tentar educar o público, que é inclusive externo à Brasília, com essas movimentações que a gente tem feito tanto em São Paulo, como essas tratativas, por exemplo, com a Semana Criativa de Tiradentes. Então, eu acho que sim, eu acho que a gente tem conseguido alcançar bons objetivos.

#### **E10.R3**

Eu acho que sim, eu acho que parte muito de uma comunicação, tanto das organizações públicas, no caso, como também das nossas instituições, que temos um papel importantíssimo em termos de capacitação, de envolvimento com projetos sociais. Claro que depende muito de outros fatores, mas acredito que essas conexões fazem parte de um montante importante dessas iniciativas que podem favorecer o aspecto social da cidade, por exemplo, projetos que façam essas conexões. E trazer também, de forma que, quem vem do externo, de fora do Estado, possa incentivar de certa forma, seja financeiramente ou trazendo também criativos etc. que possibilitam essas políticas públicas.

#### **E10.R4**

Eu acho que, nos últimos tempos, a gente tem tido uma procura pela relevância do nosso artesanato, por exemplo, e dessa conexão de como o design pode contribuir com o

artesão e vice-versa. Eu acho que posso colocar isso como um ponto de destaque, porque o artesanato sempre teve esse sentimento de ser marginalizado, de não ter creditado esse potencial, por exemplo, do produto, do artesanato. E ele está diretamente ligado a uma comunidade mais social, querendo ou não. Então, acredito que o design tem tido e apresentado um potencial de talvez trazer o artesanato para uma visibilidade. A gente tem agregado muito mais o fazer manual nas nossas produções, não só do próprio design, mas acredito que da própria arquitetura tem tido essa conexão. Penso que, muitas vezes, ainda não trabalhando a relevância que o artesanato merece, mas acredito que o design tem um papel fundamental em trazer o artesanato tão quão potente é o design para a cidade, sabe?

A gente tem a valorização por parte de algumas organizações, o próprio Sebrae é um apoiador fervoroso do artesanato para a cidade e tudo mais. Mas, para o reconhecimento e para colocar até em termos monetários, o valor não é só o valor do dinheiro, mas o valor agregado ao produto do artesanato. Acredito que, em termos de conexão com o profissional do design ou então essa conexão do próprio produto, de agregar o artesanato ao produto de design, pode ser bem potencial para melhorar, inclusive em termos sociais. Como disse, o artesanato tem essa predominância de vir de uma comunidade mais social. Então, acho que tem esse potencial repetido.

*E outras questões como mobilidade, saúde, moradia?*

O design, em si, tem como propósito e tem como embasamento a resolução de problemas, certo? Então, a definição do design é meio que essa. Tanto que a gente fala tanto de design de serviço. Então, todas essas pequenas esferas, se o design é bem aplicado, e acredito que através das nossas instituições, com as limitações que se apresentam, ela tem o potencial de melhorar tudo isso, em termos de sinalização, das boas práticas, das investigações com novos mecanismos de apoio à saúde, por exemplo, como foi na pandemia. A gente teve, inclusive, essas produções mais independentes ajudando nesses processos. Por exemplo, as fabricações de materiais com impressão 3D, que muitos dos estúdios independentes ajudaram nesse processo durante essa fase que foi complicada. Então, ela caminha justamente com essa intenção das resoluções de problemas. E tem como se encaminhar com a resolução de problemas sociais.

#### **E10.R5**

Eu acho que caminha muito nesse contexto de que a gente centraliza muito o poder econômico, muito no centro, então as inclusões acabam não acontecendo muito aqui no centro da cidade. A gente vê movimentações nos entornos, nas outras RAs, principalmente de artistas independentes. A gente não tem uma concentração muito clara e muito predominante de pequenas indústrias ou indústrias maiores. Então, isso caminha muito pelo sentido de uma atuação independente na cidade, pelo menos é a forma que vejo. E eu acredito que essas conexões de quem está mais à frente do mercado, trazer o artífice ou o designer que é de uma R.A que tem uma capacidade social menor para onde a economia gira, é uma forma de fazer com que toda a economia criativa gire de uma forma mais equilibrada. Eu acho que uma das dificuldades que se apresenta é isso, para a gente ter essa inclusão maior, porque a economia gira realmente no plano piloto. Por mais que a gente tenha essas comunidades predominantes nas outras RAs, elas precisam estar onde a

economia está girando. Então, acho que uma das dificuldades é como gerar essas inclusões desses outros núcleos criativos do entorno para girar junto da economia central. E eu acho que alguns dos projetos que estão sendo discutidos podem ter esse potencial, alguns já executados, que a gente tem discutido lá no Conselho, por exemplo, junto com o Sebrae, que a gente foi nessa última reunião. Podem ser projetos que sejam potenciais de fazer essas inclusões, mas acho que isso gira muito mais em um processo de... é porque Brasília acaba sendo uma cidade que, por carregar todo o poder histórico dela, por si só, o título acaba sendo alimentado.

Não sei se você consegue me entender assim, pelo sentido, pela importância que Brasília tem como cidade modernista, do histórico dela criativo, dos profissionais que criaram a cidade. Então, é muito fácil dizer que Brasília é e tem o potencial de ser cidade criativa. Mas as iniciativas, partindo do núcleo dessa problemática, é que acho que podem reconhecer de fato o que a cidade representa, não só para o cenário local, mas para o nacional também. Brasília foi criada através da pluralidade cultural. Diversas pessoas de diversos lugares do Brasil vieram para cá construir a cidade. E a gente tem visto esse reflexo, acho que agora, depois dos 60 anos. A gente, pela Adepro, inclusive, tem batido um pouco nessa tecla, do quão plural a gente tem apresentado os nossos produtos, por exemplo. Porque a gente tem, de fato, pessoas que vieram de outros locais. Eu mesmo não sou de Brasília. Sou de Salvador. Mas moro em Brasília há 15 anos já. Eu me formei arquiteto e designer em Brasília.

Eu me considero um designer brasileiro. Mas carrego uma bagagem que não é só brasileiro. Então, acho que é isso. Essa pluralidade que a gente tem, tanto regional, de quem veio construir a cidade. É o que acho que constrói uma característica criativa importante para a cidade.

#### **E10.R6**

Essa proposta, seria em que sentido a proposta de criar essas conexões? É, eu acho que as universidades, elas poderiam ter o papel, inclusive as públicas, né, tanto a UnB, que no caso seria a UnB, de fazer, como eu apresentei a problemática, de introduzir a comunidade criativa das outras RAs de onde a economia de fato circula, né? Eu acho que poderia ser um foco importante de trazer através dessas instituições, porque eu acredito que todo esse processo passa pelo processo capacitativo, entendeu? Não adianta você ingressar com, vamos dizer assim, um coletivo criativo, enfim, da Ceilândia, no plano piloto, sem o coletivo ter uma noção de como estruturar um negócio, de como colocar o seu produto dentro dessa economia para ele girar de forma estruturada, então isso pode ser um papel interessante de comunicação entre as instituições educacionais com esses coletivos, por exemplo.

O governo, ele sempre teria um papel importante em qualquer estrutura, né? O governo, ele tem que ter um papel em todas as esferas, então... Em termos de comunicação da Cidade Criativa, mas eu acho que junto disso também praticar um processo de capacitação, de educação do consumidor, tanto dos próprios criativos, que são os atuantes nesse sentido, para entender a importância de consumir o que é produzido aqui, estruturar também o processo da cadeia de produção, por exemplo, que eu acho que é um déficit muito grande

para a gente, fazer com que a gente conseguisse estruturar melhor os profissionais que são fornecedores, que são a mão de obra, como falado, algum tipo de política pública que pudesse incentivar essa estruturação industrial, pequena industrial aqui da nossa cidade, por exemplo. A gente tem levado isso muito para a Elma, a Elma do Galpão, tem batido um pouco nessa tecla porque, por ela representar boa parte, eu falo no caso agora, dos designers de produtos, por exemplo, boa parte dos designers de mobiliário da cidade, a gente vê essa carência dessa construção e educação, tanto do consumidor, no caso para o produto, mas também dessa cadeia produtiva.

Então, acho que poderia ser interessante a gente ter, até porque essa cadeia produtiva e a cadeia econômica criativa de comercialização, tudo isso também favorece, eu acredito, inclusive, a potencializar o próprio selo, no final das contas, porque não é só praticando o evento ou sinalizando a cidade, mas essas pequenas aplicações que melhoram a própria economia da cidade vão favorecer, no final das contas, o circuito dessa chancela como cidade criativa. Acho que são ações tão fortes quanto a gente ficar promovendo a cidade como cidade criativa. *Passa também pela educação e qualificação, né?*

Porque a cidade não é só a cidade criativa pelo reconhecimento do produto final. Não é só porque a gente tem a arquitetura que a gente tem, não. Porque também se a gente não tiver uma, que seja uma economia circular, um processo de industrialização da cidade que favoreça a produção desses produtos finais, essa cadeia que está por trás também chancela, entendeu, no final das contas, a cidade como cidade criativa. Se a gente não tiver isso por trás, a gente não vai conseguir oferecer o produto final, no final das contas.

*Algo mais para aprofundar essa reflexão?*

Fui convidado pelo pessoal do Design em Rede também. E a gente falou da questão do artesanato. Eu convidei o João de Fibra, que é um artesão de fibras naturais aqui da cidade. A gente tem, na verdade, colaborado em alguns projetos. E eu acho interessante falar um pouco sobre essa valorização do produto artesanal, da arte popular. E como a gente comentou, do papel do design... Porque a gente tem contato, a gente tem acesso ao público que consome, às lojas que vendem, ao que de fato valoriza o nosso produto, enfim. E a marginalização do artesanato faz com que os profissionais, toda essa cadeia dos artífices, ela não seja reconhecida. E acho que é isso, essa conexão com a gente que tem esse acesso, tanto com o poder público, né? Pode ser que a gente traga ainda mais valor para o que é produzido local. Inclusive o que é usado do material local, que é o artesanato. E acho que esse é um ponto legal de se bater sempre na tecla. Espero que eu tenha conseguido agregar com o pensamento. Não sei se eu consegui responder as perguntas como você gostaria. E como é tão imediato, também às vezes ouvindo de novo, a gente consegue extrair um pouco melhor o entendimento. Mas espero ter contribuído com sua pesquisa e acho que você vai ter sucesso aí também.