

PLACEMAKING ENQUANTO ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO NO EMPREENDEDORISMO EDUCACIONAL: análise a partir de um projeto interinstitucional

Alan Paula-Silva - Universidade Federal de Viçosa

Magnus Luiz Emmendoerfer - Universidade Federal de Viçosa

Marcela da Cruz Correia - Universidade Federal de Viçosa

Thalita Teixeira Stephanie - Universidade Federal de Viçosa

RESUMO: Este artigo analisa as potencialidades do placemaking criativo e da valorização dos saberes tradicionais, em especial o lado positivo das gambiarras como estratégias emergentes de empreendedorismo educacional e social no contexto da educação básica. Parte-se da compreensão de empreendedorismo como o processo de identificar oportunidades ou de criar soluções inovadoras para projetos que gerem valor econômico, social ou ambiental. Este, se aliado à cultura, visto aqui como resultado do convívio social, atua como dimensão estruturante do desenvolvimento local e da inovação social, conforme orientações da UNESCO e as diretrizes de desenvolvimento sustentável. Metodologicamente, o estudo adota uma abordagem qualitativa, baseada em análise documental e na sistematização de resultados preliminares de um projeto de pesquisa desenvolvido em duas escolas públicas. Os resultados indicam que o espaço escolar pode ser compreendido como território cultural ativo que promove a participação social, sendo, assim, capaz de constituir um ecossistema empreendedor, no qual se torna possível promover o protagonismo juvenil, especialmente no que tange ao fortalecimento de competências voltadas à economia criativa. Conclui-se que o placemaking criativo, articulado aos saberes locais, apresenta potencial para subsidiar práticas de empreendedorismo social, com foco no desenvolvimento local sustentável e na formação de sujeitos criativos e socialmente engajados.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Educação Básica. Saberes Populares. Inovação Educacional.

1 INTRODUÇÃO

O debate sobre inovação na educação tem incorporado perspectivas que reconhecem o empreendedorismo, o território e os saberes locais como elementos centrais na construção de processos educativos mais significativos (Emmendoerfer, 2022). Nos últimos anos, abordagens como o *placemaking* criativo se destacam ao propor a transformação de espaços em ambientes dinâmicos, colaborativos e propícios à criatividade, enquanto os saberes tradicionais e as chamadas gambiarras populares emergem como formas de produção de conhecimento e de solução de problemas,

especialmente em contextos marcados por restrições de recursos (Emmendoerfer, 2022).

A literatura tem avançado ao evidenciar o potencial dessas práticas na promoção de aprendizagem empreendedora, no fortalecimento de vínculos comunitários e na valorização da diversidade cultural. Estudos indicam que o *placemaking* contribui para a ressignificação de espaços e para o engajamento dos sujeitos (Markusen; Nicodemus, 2010), enquanto as gambiarras e os saberes tradicionais expressam formas situadas de inovação baseadas na criatividade, na adaptação e no conhecimento empírico (Pinheiro; Ipiranga; Lopes, 2023; Diegues, 2000). Além disso, tais abordagens abrem espaço para a compreensão do ambiente escolar como um laboratório de inovação social, no qual a participação da comunidade pode favorecer a criação de valor social e desenvolvimento sustentável.

Apesar desses avanços, ainda existe uma lacuna no que tange à articulação entre *placemaking* criativo, gambiarras populares e saberes tradicionais como estratégias integradas de inovação no contexto de empreendedorismo para a educação básica, especialmente em escolas públicas situadas em territórios periféricos e rurais. Além disso, as análises que tratam o espaço escolar como ambiente ativo de experimentação e inovação, a partir dessas práticas de forma articulada, são limitadas, bem como sua integração a abordagens educacionais voltadas à criatividade, à inovação social e ao desenvolvimento local (Gomes; Melo, 2021; Brantes; Gondim, 2025).

Diante desse cenário, o presente estudo tem como objetivo geral identificar as potencialidades do *placemaking* criativo, alinhado às gambiarras populares, como estratégias de inovação nos espaços da educação pública. Para tanto, adota-se uma abordagem qualitativa, de caráter analítico e interpretativo, baseada em uma revisão narrativa da literatura, com o objetivo de mapear contribuições teóricas, identificar aproximações entre os conceitos e evidenciar lacunas no campo de estudo.

A pesquisa mostra-se relevante por sua contribuição para o avanço teórico das discussões sobre inovação educacional, ao integrar criatividade e território à educação empreendedora. Ao enfatizar práticas emergentes e contextualizadas, o estudo amplia a compreensão de como a inovação pode ser construída a partir das realidades locais, contribuindo para o fortalecimento de abordagens mais inclusivas e conectadas aos saberes das comunidades, ou seja, traz até mesmo um novo olhar sobre o significado do empreendedorismo, ao afastá-lo do aspecto exclusivamente econômico.

O empreendedorismo educacional vai além da formação de futuros empresários, tendo como objetivo o desenvolvimento de competências como proatividade, criatividade, capacidade de resolução de problemas e resiliência, essenciais para viver e transformar a sociedade (Pacheco, 2022). Nessa direção, os espaços escolares posicionam-se como um ambiente propício à experimentação e à

inovação, a partir de projetos que tenham impacto nos âmbitos social e ambiental (Sen, 1999; Moran, 2017).

Ao integrar o *placemaking* criativo (que tem como cerne a transformação de espaços e a valorização de saberes tradicionais ou locais), o projeto que culmina nesse estudo tem potencial para ser promotor da construção de ecossistemas empreendedores dentro das escolas e nos contextos onde os estudantes estão inseridos. Essa movimentação estimula a criatividade dos jovens e, em contrapartida, promove o desenvolvimento local ao reconhecer e integrar os recursos e os conhecimentos das comunidades que se relacionam com as escolas.

A partir disso, o presente estudo propõe-se a explorar essa intersecção entre as escolas e as comunidades, buscando caracterizar como o *placemaking* criativo alinhado à valorização de gambiarras populares e saberes tradicionais pode ser promotor da inovação e do empreendedorismo em escolas públicas da educação básica. Justifica-se esse estudo pela necessidade de ampliar o olhar sobre o empreendedorismo, especialmente por meio de estudos que o desvinculem de uma perspectiva essencialmente economicista e o posicione como uma potencial ferramenta de transformação cultural e social. Portanto, pretende-se contribuir para o avanço da literatura sobre inovação educacional.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Empreendedorismo educacional

O entendimento de empreendedorismo vem passando por alterações significativas; esse movimento faz com que a visão puramente econômica e mercantilista perca espaço para abordagens que consideram dimensões sociais, culturais e educacionais (Dolabela, 1999). Nessa seara, no contexto educacional, o empreendedorismo ultrapassa a ideia da mera criação de novas organizações e negócios, tendo como cerne o desenvolvimento de competências que permitem que os indivíduos identifiquem oportunidades de criar soluções inovadoras que solucionem desafios vivenciados em seu dia a dia (Dolabela, 1999).

Para Hisrich, Peters e Shepherd (Hisrich; Peters; Shepherd, 2013), o empreendedorismo está ligado à criação de algo de valor que, com a dedicação de tempo e esforço, oferece recompensas às pessoas envolvidas nesse processo. Em âmbito educacional, a definição de empreendedorismo é alargada para considerar as capacidades de transformar ideias em ações, o que promove, entre outras competências, a autonomia, a criatividade e o pensamento crítico (Dolabela, 1999).

Evidencia-se que o empreendedorismo educacional contemporâneo ultrapassa a visão meramente mercantilista, focando na formação de competências para a vida e para a transformação social. Nesse sentido, os espaços deixam de ser apenas cenários

e passam a ser ativos estratégicos para a inovação (Meditte, Júnior, Emmendoerfer, 2022). Dessa forma, as escolas tornam-se espaços que fomentam tais competências, atuando enquanto laboratórios de inovação social onde os estudantes são convidados a desenvolver projetos que solucionem questões consideradas importantes para as comunidades em que estão inseridas. Essa perspectiva se alinha com as diretrizes da UNESCO, que posiciona a educação enquanto um fator motor de desenvolvimento sustentável e de promoção de sociedades sustentáveis e justas (UNESCO, 2015).

2.2. Placemaking criativo, gambiarras populares e saberes tradicionais enquanto estratégias empreendedoras

2.2.1 Placemaking Criativo

Segundo Markusen e Nicodemus (2010), o placemaking criativo é uma prática ou abordagem que considera que espaços são não só locais físicos, mas também oportunidades para o compartilhamento de conhecimentos e que propiciam às comunidades similitude e conexão em um processo de transformação local, baseando-se tanto da criatividade empreendedora com foco na inovação quanto nos conhecimentos STEAM sendo assim, resulta em ambientes mais sustentáveis, funcionais, inspiradores, participativos e, conseqüentemente, significativos. Na presente pesquisa, o placemaking é visto como uma ferramenta de empreendedorismo cívico, que utiliza a criatividade para tornar os espaços escolares dinâmicos e capazes de incentivar o aprendizado de competências empreendedoras.

2.2.2 Gambiarras populares

Mais adiante, uma gambiarra é uma solução criativa e acessível, isto é, provisória, realizada de forma relativamente improvisada e envolvendo comportamentos considerados empreendedores, que visa atender a uma necessidade individual ou coletiva, inspirada em saberes tradicionais, podendo ser tratada como potencial inovação (Emmendoerfer, 2022). As gambiarras populares evidenciam formas situadas de inovação, baseadas na criatividade, no conhecimento empírico e na adaptação a contextos de escassez (Pinheiro, Ipiranga & Lopes, 2023). Quando incorporadas às metodologias educacionais, essas práticas contribuem para a valorização dos saberes locais e para a compreensão da inovação como processo social e territorialmente construído.

2.2.3 Saberes tradicionais

Para Miranda (2007), os saberes tradicionais são integrados como base de autenticidade e sustentabilidade das ações empreendedoras. Segundo Diegues (2000), esses saberes manifestam-se no “fazer” e são fundamentais para a gestão de recursos. No contexto empreendedor, representam um diferencial competitivo territorial, permitindo que as inovações escolares se enraizem na identidade local e respondam às

necessidades reais da comunidade. Ao contrário do conhecimento científico formal, muitas vezes compartimentado, o saber tradicional é holístico e adaptativo, recorrendo à observação empírica para resolver problemas cotidianos de forma sustentável (Miranda, 2007; Gonzales, 2017).

2.2.4 Intersecção entre os conceitos

A ligação entre esses três conceitos culmina em estratégias de empreendedorismo territorial, onde o placemaking cria o ambiente de pertencimento e as gambiarras/saberes tradicionais garantem a inovação e a autenticidade das soluções propostas. Portanto, essas tais práticas inovadoras não buscam somente uma inovação para aquele ambiente num sentido singular e utilitarista, mas a emancipação dos sujeitos. Ao reconhecer a validade técnica de uma gambiarra ou a profundidade de um saber ancestral na construção de um mobiliário escolar ou na organização de uma horta comunitária, a escola valida a identidade do estudante e o torna protagonista da transformação do seu próprio entorno. Essa abordagem transforma o ambiente educativo em um ecossistema vivo, em que a criatividade é o motor da cidadania e o território é a principal sala de aula.

2.3. O ambiente escolar enquanto espaço apto para desenvolver habilidades empreendedoras

O ambiente escolar, historicamente posicionado como espaço de transmissão de saberes formais, tem sido reconhecido como espaço de potencial desenvolvimento de habilidades empreendedoras (Emmendoerfer, 2022). Nesse sentido, as escolas podem atuar como ecossistemas empreendedores ao incentivar a experimentação, a colaboração e a resolução de problemas (Emmendoerfer, 2022). Ao incentivar e desenvolver projetos que envolvem a comunidade, os ambientes escolares se abrem ao entorno, tornando-se espaços considerados “polos de inovação social e de desenvolvimento local”. A integração entre metodologias ativas, pesquisa-ação e aprendizagem baseada em projetos proporciona aos estudantes um espaço em que são protagonistas de seu aprendizado, ao mesmo tempo em que desenvolvem competências como liderança, trabalho em equipe, comunicação e pensamento crítico.

Por outro lado, as escolas também são espaços de valorização da diversidade cultural e de promoção da inclusão, ao reconhecer e integrar os conhecimentos que os estudantes possuem, por estarem inseridos em suas comunidades, com os conhecimentos e as práticas pedagógicas. Assim, o ambiente escolar torna-se um catalisador para a formação de cidadãos engajados e capazes de gerar impactos positivos em suas realidades.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em termos metodológicos, a presente pesquisa possui abordagem qualitativa, além de caráter descritivo e analítico, tendo como foco compreender as potencialidades da junção do *placemaking* criativo com saberes tradicionais enquanto estratégias para o desenvolvimento de inovação educacional juntamente ao empreendedorismo. Assim, o estudo se apresenta como um estudo analítico de uma experiência em curso, com o objetivo de analisar os processos, arranjos institucionais e possibilidades de replicação e não mensuração de impactos finais. A decisão pela abordagem qualitativa justifica-se pela natureza exploratória do fenômeno estudado, cujo objetivo é aprofundar a compreensão das percepções, significados e interações sociais envolvidos no processo de empreendedorismo educacional por meio de práticas inovadoras (Minayo, 2014).

A pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso de natureza exploratória e descritiva, a partir de um projeto de pesquisa-ação interinstitucional. Segundo Thiollent (Thiollente, 2018), a pesquisa-ação é uma metodologia que combina investigação e intervenção, com o objetivo de transformar uma realidade por meio da participação ativa dos envolvidos. Dessa forma, a presente pesquisa atua no contexto investigado para contribuir para o desenvolvimento das práticas de *placemaking* e para a valorização de saberes tradicionais e locais nas escolas. O projeto do qual esse estudo se origina envolve a colaboração entre uma universidade e duas escolas públicas, promovendo a troca de conhecimentos e a construção conjunta de soluções.

O projeto guarda-chuva tem sido desenvolvido em duas escolas, uma em ambiente urbano e outra em ambiente rural. A escolha dessas escolas tem permitido observar suas particularidades e os desafios de cada ambiente, bem como as diferentes formas de empreendedorismo educacional. A seleção dos participantes foi intencional e, a partir da análise das professoras responsáveis pelas turmas, o que culminou em atividades com as turmas do quarto ano do ensino fundamental II, os critérios de seleção foram a percepção de indivíduos que pudessem ter envolvimento direto nas atividades e, assim, contribuir para a pesquisa, a partir de *insights* sobre o fenômeno investigado. Além dos estudantes, fazem parte da equipe todas as professoras das escolas que atuam no ensino fundamental II (do primeiro ao quinto ano).

A coleta de dados tem sido realizada por meio da triangulação de instrumentos, com o foco em aprofundar a compreensão do fenômeno e, assim, garantir a validade. Dessa forma, os principais instrumentos utilizados foram: i) análise documental dos documentos institucionais (planos de aula, relatórios de atividades, registros fotográficos e de vídeos, conteúdos programáticos do ensino fundamental e legislações específicas); ii) observação participante a partir do acompanhamento das atividades das docentes, além de registro em diários de campo; e iii) entrevistas semiestruturadas com professores e membros da comunidade escolar buscando construir as frentes de atuação do projeto. Como próximos passos,

pretende-se conduzir grupos focais com os estudantes para estimular discussões coletivas e a troca de experiências.

A análise dos dados coletados tem sido conduzida com base em análise de conteúdo conforme Bardin (2016) e Sampaio e Lycarião (2021), que explicitam um conjunto de técnicas que permitem a análise de comunicações com foco na obtenção de indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relacionados à produção ou recepção das comunicações.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES: A ESCOLA COMO ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR

A partir dos resultados preliminares, é possível identificar que a relação entre placemaking criativo, gambiarras populares e saberes tradicionais cria um espaço de empreendedorismo territorializado. O ambiente escolar atua como um nódulo de inovação social, validando saberes locais e fomentando a mentalidade empreendedora (UNESCO, 2015). Dessa forma, a aplicação da pesquisa-ação de modo preliminar demonstra que o ambiente escolar é um nódulo de criação de novas práticas empreendedoras, além de validar saberes tradicionais e fomentar criatividade (UNESCO, 2015).

4.1. Inovação Frugal e Valorização de Saberes Locais

A valorização de gambiarras enquanto um objeto de estudo para criar novas práticas inovadoras para a educação abre espaço para que os saberes populares, muitas vezes marginalizados pela memória oficial e institucional, sejam reconhecidos enquanto tecnologia social legítima (Emmendoerfer, 2022). Para Diegues (2000), esses saberes tradicionais são essenciais para a manutenção da identidade cultural da sociedade e para a gestão autônoma de recursos locais, sendo, assim, para o desenvolvimento desta. Por outro lado, a integração das gambiarras ao currículo escolar e as estratégias empreendedoras escolares rompem com a lógica de apagamento de práticas cotidianas, promovendo, assim, a autonomia dos sujeitos por meio do reconhecimento de sua validade técnica e estética (Pinheiro; Ipiranga; Lopes, 2023). O que converge com o exposto por Pinheiro, Ipiranga e Lopes (2023), que definem a incorporação de metodologias que valorizam a inovação como um processo social e territorialmente construído (Thiollent, 2018).

4.2. Placemaking Criativo e a Reconfiguração do Território Cultural

A aplicação do placemaking nas escolas até então tem demonstrado ser uma ferramenta eficaz na transformação de espaços públicos para a ativação de ecossistemas empreendedores. Para Markusen e Nicodemus (2010), tal prática cria

oportunidades de compartilhamento de saberes que contribuem para o fortalecimento dos vínculos entre as comunidades (Emmenrdoerfer; Mediotte; Silva-Junior, 2024).

Ademais, os resultados apontam que a participação ativa dos estudantes na ressignificação dos ambientes escolares está alinhada às metas da Agenda 2030, em especial no que tangencia à criação de comunidades mais inclusivas e resilientes (ODS 11) (ONU, 2015). Dessa forma, o placemaking tem atuado como um mecanismo empreendedor de proximidade, em que a arte e a cultura tornam-se vetores de regeneração urbana e social em contextos de vulnerabilidade (Gray, 2020).

4.3. Comportamento Empreendedor e Metodologia STEAM

O projeto tem fomentado comportamentos empreendedores entre os estudantes; o diferencial observado é que esse comportamento tem se distanciado de uma lógica mercantil e se aproximado do desenvolvimento sustentável e, concomitantemente, da economia criativa.

As ideias de criação de produtos partindo de materiais anteriormente desprezados têm evidenciado a forma como a cultura pode atuar enquanto dimensão estruturante de desenvolvimento socioeconômico (Pinheiro et al., 2023). Não obstante, Emmendoerfer (2022) ressalta que uma gambiarra apresenta um forte potencial para promover a inovação, que, alinhada aos conceitos *STEAM* no contexto da educação básica, faz com que os estudantes estejam preparados para enfrentar os desafios da sociedade contemporânea, utilizando criatividade e senso crítico. Diante do exposto, a formação de estudantes criativos e engajados configura-se como o principal resultado de educação empreendedora efetiva, levando como material científico não convencional: territórios e saberes tradicionais (Brantes; Gondim, 2025).

4.4. Governança e Impacto no Desenvolvimento Local

A pesquisa demonstra que o projeto fortalece os diálogos entre escola, famílias e vizinhança, caracterizando uma governança empreendedora participativa. O espaço escolar mostra-se apto a disseminar práticas que harmonizam relações sociais e econômicas locais, oferecendo subsídios para políticas públicas de desenvolvimento local sustentável.

À vista disso, a evidência empírica coletada preliminarmente demonstra que o espaço escolar é apto a produzir e disseminar práticas culturais alinhadas às relações sociais e econômicas locais (Marques, 2024). Conclui-se que a articulação entre placemaking e saberes tradicionais oferece um subsídio robusto para a construção de práticas empreendedoras voltadas ao desenvolvimento local sustentável e à preservação da diversidade cultural (Brasil, 2012).

CONCLUSÕES PRELIMINARES

O presente trabalho explorou as potencialidades do placemaking alinhado a gambiarras populares e a saberes tradicionais como estratégias de inovação no empreendedorismo educacional, por meio da análise de resultados preliminares de um projeto interinstitucional realizado em duas escolas públicas. Os resultados preliminares apontam que a articulação entre esses conceitos contribui para posicionar as escolas como ecossistemas de fomento ao empreendedorismo, capazes ainda de estimular o protagonismo e a criatividade dos estudantes, além de promover o desenvolvimento local sustentável. Valorizar as gambiarras populares e os saberes tradicionais tem-se revelado um caminho eficaz para promover a inovação frugal, além de contribuir para o reconhecimento de tecnologias sociais, rompendo com as lógicas de apagamento cultural e estimulando a autonomia dos estudantes. O placemaking criativo mostra-se enquanto uma ferramenta interessante para a reconfiguração dos espaços escolares em locais de aprendizagem mais dinâmicos e colaborativos, alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030.

As contribuições teóricas desse trabalho estão relacionadas à proposição de um modelo de empreendedorismo educacional que transcende a perspectiva econômica e enfatiza dimensões culturais, sociais e ambientais. Em termos práticos, o estudo tem potencial para fornecer subsídios a educadores e formuladores de políticas públicas interessados na implementação de abordagens pedagógicas inovadoras que promovam o desenvolvimento de competências socioemocionais e empreendedoras, além do engajamento comunitário.

Enquanto limitações, por mais que os achados preliminares sejam compostos por detalhes e *insights* importantes, eles são preliminares e não podem ser generalizados para outros contextos sem investigações adicionais. A análise concentrou-se em resultados preliminares; em estudos futuros, a autoria pretende acompanhar o impacto a longo prazo das práticas que vêm sendo construídas e implementadas, além de comparar os resultados entre as escolas. Além disso, investigar como as políticas públicas podem ser mais eficazes na promoção de abordagens como essa é um dos próximos passos.

Agradecimentos: A autoria agradece o auxílio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais - FAPEMIG.

Declaração de uso de IA: A autoria declara a utilização de inteligência artificial para correção ortográfica e formatação de referências.

Referências

BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2016.

Brantes, L.; Gondim, M. Educação Empreendedora e Território. Anais do Seminário de Políticas Culturais, 2025.

-
- Brasil. Lei do Sistema Nacional de Cultura. Ministério da Cultura, 2012.
- Canclini, N. G. Culturas Híbridas. Edusp, 2008.
- Diegues, A. C. O saber tradicional e a biodiversidade no Brasil. MMA, 2000.
- Dolabela, F. O Segredo de Luísa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999
- Emmendoerfer, M. L. Gambiarras, Inovações e Economia Criativa. Zenodo, 2022.
- Emmendoerfer, M. L. Inovação no Setor Público e Economia Criativa. Palestra SNCT, 2022.
- Emmendoerfer, M. L.; Mediotte, E. J.; Silva-Junior, A. C. Placemaking effectual. Revista Ponto de Vista, 2024.
- Gomes, R.; Melo, L. Políticas Culturais e Desenvolvimento. Revista de Gestão Cultural, 2021.
- Gray, D. E. Doing research in the real world. Sage, 2020.
- Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. Entrepreneurship. 9. ed. New York: McGraw-Hill Education, 2013.
- Markusen, A.; Nicodemus, A. G. Creative Placemaking. National Endowment for the Arts, 2010.
- Marques, E. M. D. et al. Gambiarras e Placemaking como artefatos culturais na Educação Básica Pública. JOINEP, 2025.
- Marques, E. M. D. Relatório de Experimentação Pedagógica. UFV, 2024.
- MINAYO, M. C. S. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.
- ONU. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Agenda 2030, 2015.
- Pinheiro, I. R.; Ipiranga, A. S. R.; Lopes, L. L. S. Inovação e Saberes Locais. Revista de Administração Pública, 2023.
- Pinheiro, S. et al. Economia Criativa e Empreendedorismo. Editora UFV, 2023.
- Sampaio, R. C., & Lycarião, D. (2021). Análise de conteúdo categorial. ENAP.
- Santos, M. A Natureza do Espaço. Edusp, 2006.
- Thiollent, M. Metodologia da pesquisa-ação. Cortez, 2018.
- UNESCO. Cultura para o Desenvolvimento Sustentável. Agenda 2030, 2015.