

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC
CENTRO DE ARTES- CEART
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MODA

PAULIANE GOULARTE DUARTE

ABORDAGEM SISTÊMICA DE DESIGN NO CONTEXTO DA ECONOMIA
CRIATIVA: PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS
ARTESANAIS

Florianópolis

2020

PAULIANE GOULARTE DUARTE

**ABORDAGEM SISTÊMICA DE DESIGN NO CONTEXTO DA ECONOMIA
CRIATIVA: PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS
ARTESANAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Moda, do Curso de Mestrado em Design de Vestuário e Moda, da Universidade do Estado de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Design de Vestuário e Moda. Orientador: Prof. Célio Teodorico dos Santos.

Florianópolis

2020

**Ficha catalográfica elaborada pelo programa de geração automática da
Biblioteca Central/UDESC,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

Duarte, Pauliane

ABORDAGEM SISTÊMICA DE DESIGN NO CONTEXTO
DA ECONOMIA CRIATIVA: PROCESSO DE
DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS ARTESANAIS /
Pauliane Duarte. -- 2021.

97 p.

Orientador: Célio Teodorico dos Santos.

Dissertação (mestrado) -- Universidade do Estado de Santa
Catarina, Centro de Artes, Programa de Pós-Graduação Profissional
em Design de Vestuário e Moda, Florianópolis, 2021.

1. Design. 2. artesanato. 3. Economia criativa. 4. Artesão. I.
Teodorico dos Santos., Célio . II. Universidade do Estado de Santa
Catarina, Centro de Artes, Programa de Pós-Graduação Profissional
em Design de Vestuário e Moda. III. Título.

PAULIANE GOULARTE DUARTE

**ABORDAGEM SISTÊMICA DE DESIGN NO CONTEXTO DA ECONOMIA
CRIATIVA: PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS
ARTESANAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Moda, do Curso de Mestrado em Design de Vestuário e Moda, da Universidade do Estado de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestra em Design de Vestuário e Moda. Orientador: Prof. Célio Teodorico dos Santos.

BANCA EXAMINADORA

Dr. Célio Teodorico dos Santos

UDESC

Dra. Neide Schulte

UDESC

Dra. Aline Hilsendeger Pereira de Oliveira

IFSC

Florianópolis, 08 de Dezembro de 2020.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me abençoado em todos os momentos nessa jornada incrível para conquistar esse sonho, pelos momentos que pensei que não daria conta, por aqueles de alegria, sempre me guiando e mostrando o quanto tenho pessoas especiais em forma de anjos que me ajudam sempre.

À minha família querida, em especial aos meus pais: mãe Sonia Goularte Duarte e meu pai José Paulo Duarte, que sempre me apoiaram em todas as minhas decisões e não medem esforços para proporcionar o melhor na minha vida. Gratidão também à minha irmã Suyanne Duarte, que sempre está ao meu lado vibrando com minhas conquistas e me apoiando em tudo; eles são a minha base.

Ao meu esposo, Renato Sifroni, agradeço por toda a compreensão nesses meses de estudo, e muitas vezes de ausência com as demandas exigidas em outra cidade; ele que, de forma amorosa e paciente, esteve ao meu lado, me encorajando e apoiando para essa conquista.

Expresso também um agradecimento especial aos meus cunhados e amigos Karla e Rangel Luciano, que me acolheram em sua residência durante o período das aulas, cedendo um lar aconchegante e amoroso. Ao meu afilhado, Rafael Luciano, um carinho especial por todos os beijinhos enquanto ficávamos juntos no pouco tempo das minhas pernoites de estudante na capital.

Ao meu orientador, Célio Teodorico dos Santos, por toda a oportunidade de conhecimento que me proporcionou. Seu tempo enquanto profissional e pessoa que me inspira na jornada da vida. Gratidão!

Agradeço também ao IFSC de Araranguá, em especial à professora Ângela, que acolheu a ideia da pesquisa, apoiando e incentivando com muito carinho seus alunos artesãos para a participação em um momento tão desafiador em época de pandemia mundial, mostrando que o importante é a conexão com as pessoas, mesmo que de maneira on-line.

Aos colegas de trabalho do Senac Araranguá e Criciúma, também não poderia deixar de agradecer pelo apoio e compreensão pela ausência muitas vezes durante o semestre, mas que foram necessárias para a conclusão desta etapa tão sonhada.

Agradeço também à UDESC e ao PPGMODA, por todo o conhecimento proporcionado, acesso à educação gratuita e de qualidade. E, por fim, agradeço e honro a mim mesma, que me permiti viver cada segundo desse sonho conquistado.

“Opte pelo que faz o seu coração vibrar.
Opte pelo que gostaria de fazer, apesar de
todas as consequências” (Osho).

RESUMO

Esta pesquisa está voltada para a sugestão de uma proposta de abordagem sistêmica do design no processo de desenvolvimento de tapetes artesanais na região Sul do Estado de Santa Catarina, com base no contexto da economia criativa. O artesanato, numa perspectiva cultural e econômica, por meio de seu desenvolvimento, promove a valorização da economia local. A gestão das metodologias do design aqui aplicadas faz com que a análise sistêmica contribua para o fortalecimento criativo, dos artesãos de tapetes, fazendo com que eles possam se perceber enquanto atores no sistema. O setor da economia criativa, segundo o Sebrae (2015), possui na maioria empresas de design um conjunto que vai do artesanato ao design gráfico e à moda, sendo composto por diversos produtos e serviços. Nesta direção, a pesquisa objetiva fazer uso da Abordagem Sistêmica de Design no Processo de Desenvolvimento e confecção de tapetes artesanais na região Sul do Estado de Santa Catarina nas vivências online potencializadas por encontros. As discussões teóricas se desdobram, na abordagem Sistêmica de Design, na compreensão do contexto da economia criativa e nos principais elementos constituintes do artesanato, descrevendo os processos de design por meio da diretriz metodológica dos autores Montemezzo (2016) e Santos (2009), com a inserção na realidade processual de criação dos artefatos artesanais. De acordo com a finalidade deste trabalho, este se caracteriza como uma pesquisa aplicada, pois houve momentos de contato com os sujeitos da pesquisa, os artesãos, bem como interação e trocas entre o pesquisador e o pesquisado. Do ponto de vista do questionamento do problema, caracteriza-se como qualitativa, a fim de compilar os dados e bibliografias necessárias; quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória e descritiva, pois descreve um fato já existente; em relação aos procedimentos técnicos, é bibliográfica, tendo como intuito analisar a bibliografia mais pertinente ao assunto, experimental e participativa, pois emprega métodos e experimentos no grupo estudado. Após as vivências com os artesãos, observou-se um movimento de abordagem sistêmica com metodologia de design baseada no contexto de economia criativa para modelo de negócio artesanal. Desse modo, pode-se afirmar que o objetivo proposto foi alcançado diante os fatores do COVID-19 que limitou a prática da pesquisa ser online.. Espera-se que o resultado contribua para futuras aplicações e pesquisas, potencializando cada vez mais a cultura regional.

Palavras-chave: Design. artesanato. Economia criativa. Artesão.

ABSTRACT

This research is aimed at creating a proposal for a systemic approach to design in the process of developing handmade carpets in the southern region of the State of Santa Catarina based on the context of the creative economy. Craftsmanship as a cultural and economic perspective, through its development promotes the valorization of the local economy. The management of design methodologies applied here makes systemic analysis contribute to the creative, managerial and economic strengthening of carpet artisans, making them perceive themselves as actors in the commercial system and as potentializers of the creative economy. The creative economy sector, according to SEBRAE (2015) has mostly design companies, composing a set that will make handicrafts to graphic and fashion design, composed of several products and services. In this sense, the research aims to make use of the Systemic Design Approach in the Development Process and manufacture of handmade carpets in the southern region of the State of Santa Catarina. Theoretical Discussions unfold, in the Systemic Design approach in understanding the context of the creative economy, and the main contexts, characteristics of crafts and studied place and content the design processes through the methodological guideline of Montemazzo (2003) Sanches (2009) and Teodorico (2009), with insertion in the procedural reality of creating artifacts. According to the person in charge of this work, it stands out as an applied application, as it had moments of contact with the research subjects in artisans, as well as interaction and exchanges between the researcher and the researched; make the point of questioning the problem discover yourself as qualitative in order to compile necessary data and bibliographies; making a point of view of your objectives for research is exploratory and descriptive, as I agree with an existing fact; from the technical and bibliographic procedures in order to analyze a bibliography more pertinent to the subject, experimental and participative, since it employs methods and experiments in the studied group. After the experiences with the artisans, a proposal for a systemic approach with a design methodology based on the creative economy context for the craft business model is determined. In this way, it can be said that the proposed objective has been achieved, it is expected that the result will contribute to applications and research, further enhancing the regional culture.

Keywords: Design. Crafts. Creative economy. Craftsman.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa de empatia das entrevistas dos artesãos de tapetes	17
Figura 2 – Infográfico de Classificação da Pesquisa.....	21
Figura 3 – Estrutura da pesquisa.....	22
Figura 4 – Fundamentação Teórica	23
Figura 5 – Princípios norteadores do contexto da Economia Criativa brasileira	30
Figura 6 – Artesã dona Rosa Quintino confeccionando um chapéu de palha	36
Figura 7 – Relação entre consumidor/produto e sua mensagem visual.....	39
Figura 8 – Esquema de um pensamento projetual.....	40
Figura 9 – Síntese visual e gráfica na configuração de produtos	42
Figura 10 – Procedimentos metodológicos da pesquisa.....	49
Figura 11 – Sala de tear do IFSC Araranguá, encontro do grupo de extensão pesquisado	53
Figura 12 – Sala de tear do IFSC Araranguá, encontro do grupo de extensão pesquisado	54
Figura 13 – Infográfico com pontos extraídos de Montemezzo (2016) e Santos (2009) 58	
Figura 14 – Organização das informações extraídas dos autores ajustando para a realidade da pesquisa nas fases: analítica, criativa e executiva.....	59
Figura 15 – Mapa mental digital para atender à demanda on-line	60
Figura 16 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs	63
Figura 17 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs	63
Figura 18 – <i>Print</i> da vivência on-line pela plataforma <i>Google Meet</i>	64
Figura 19 – <i>Print</i> da vivência on-line pela plataforma <i>Google Meet</i>	65
Figura 20 – Mapa mental reestruturado após primeiro encontro on-line	66
Figura 21 – Cronograma feito e passado para as artesãs.....	66
Figura 22 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs	69
Figura 23 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs	69
Figura 24 – <i>Slide</i> usado no primeiro encontro com as artesãs.....	70
Figura 25 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs	71
Figura 26 – <i>Slide</i> usado no primeiro encontro com as artesãs.....	71
Figura 27 – <i>Slide</i> usado no primeiro encontro com as artesãs.....	72
Figura 28 – <i>Slide</i> usado no primeiro encontro com as artesãs.....	73
Figura 29 – <i>Slide</i> usado no último encontro, revisando conteúdo.....	73
Figura 30 – Produto sendo feito pela artesã	74
Figura 31 – Produto sendo feito pela artesã	74
Figura 32 – Produto feito pela artesã.....	75
Figura 33 – Caixa feita com a base do tear de tapetes, de papelão reciclável	79
Figura 34 – Base de um banco, feita com fundamentos do tear, de plástico.....	79

Figura 35 – <i>Moodboard</i> feito pela artesã B, por meio da vivência sobre o processo de pesquisa	80
Figura 36 – Mandalas feitas a partir do <i>moodboard</i> , em crochê e com base de tear.....	81
Figura 37 – Protótipo criado pela artesã: reaproveitamento da janela	81
Figura 38 – Protótipo criado pela artesã: reaproveitamento de um cesto e uma bolsa...	82
Figura 39 – <i>Moodboard</i> criado pela artesã D	82
Figura 40 – Produto criado pela artesã D	83
Figura 41 – Principais percepções após a experiência com as artesãs	84
Figura 42 – Proposta Sistêmica	85
Figura 43 – Proposta de Metodologia Sistêmica de Design.....	87

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Interesses envolvidos no desenvolvimento de produtos.....	38
Quadro 2 – Percurso de raciocínio de composição visual em um projeto.....	41
Quadro 3 – Modelo Informacional – Fase I	44
Quadro 4 – Modelo do processo para a Fase II- MADfAe	45
Quadro 5 – Percepções e colocações das artesãs sobre as vivências.....	76

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Planejamento refeito após o primeiro contato com as artesãs, descrição programação	67
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA	13
1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA.....	15
1.3 OBJETIVOS	18
1.3.1 Objetivo geral.....	18
1.3.2 Objetivos específicos.....	18
1.4 JUSTIFICATIVA	19
1.5 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	20
1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO	21
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	23
2.1 ABORDAGEM SISTÊMICA DE DESIGN	23
2.2 ECONOMIA CRIATIVA	27
2.3 ARTESANATO	31
2.3.1 Araranguá Sul de Santa Catarina e cultura local	34
2.4 PROCESSOS DE DESIGN.....	37
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	47
3.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA	48
3.2 ETAPAS DO PROCEDIMENTO METODOLÓGICO.....	49
3.2.1 Pesquisa bibliográfica.....	50
3.2.2 Técnicas de Coletas de Dados	50
3.2.3 Técnica de Análise dos Dados.....	51
3.3 PESQUISA DE CAMPO	53
3.3.1 Aplicação do Questionário.....	56
3.3.2 Amostras e detalhamentos da pesquisa	57
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	62
4.1 RESULTADO DA ANÁLISE DA APLICAÇÃO DOS ENCONTROS COM AS ARTESÃS	62
4.2 DISCUSSÃO E RESULTADOS DA APLICAÇÃO DOS ENCONTROS COM AS ARTESÃS	76
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	88
REFERÊNCIAS	92
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO <i>ON-LINE</i> ENVIADO PARA AS ARTESÃS.	96

1 INTRODUÇÃO

Para a valorização e reorganização de uma estrutura artesanal de confecção de tapetes na região sul do estado de Santa Catarina (Araranguá), esta pesquisa propõe uma integração da abordagem sistêmica de design nos processos utilizados pelos artesãos de tapetes, conectando o saber teórico com o saber fazer. Ou seja, visa reestruturar e reunir bases para a produção diferenciada de produtos, revalorizando os produtos manuais por meio de sua ressignificação no contexto simbólico e estético, com o intuito de fomentar a economia local por meio da economia criativa. O capítulo introdutório apresenta o objetivo geral, os objetivos específicos, a justificativa da relevância da pesquisa, a metodologia utilizada e a estrutura do trabalho, que está vinculada à linha de pesquisa “Design e Tecnologia do Vestuário”, do Programa de Pós-Graduação em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina (PPGModa/UDESC).

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

O artesanato é uma oportunidade de integração e de apreciação da cultura local que, por meio do modelo de negócio da economia criativa, desenvolve o mercado de forma sustentável, revalorizando e ressignificando as atividades regionais. Nesse sentido, o artesanato local é uma atividade que congrega tanto o aspecto econômico quanto o cultural e o sustentável ao longo do tempo, por preservar a memória, segundo o que pontua o Sebrae (2010).

O patrimônio cultural é transmitido de geração em geração, integrando comunidades, histórias de vida individual e coletiva, gerando um sentimento de pertencimento com a localidade, promovendo respeito à diversidade cultural e o fazer do ser humano. Desta forma, o artesanato deve ser fomentado e valorizado como atividade que gera renda e trabalho e que tem um baixo impacto ambiental, além de conservar a cultura, os valores sociais e a identidade local.

Contudo, mesmo que seja reconhecida a importância do trabalho artesanal, este encontra-se desamparado no cenário atual do mercado de negócios. Há lacunas entre os processos manuais e os que hoje permanecem em vigência no âmbito comercial.

O design, enquanto atividade integrada ao processo artesanal, pode proporcionar melhorias significativas, fortalecer identidades e trazer inovação visual para os produtos, metodologias de trabalho. Uma abordagem sistêmica tende a contribuir para a renovação

do artesanato, bem como para o seu incentivo comercial, traduzindo a essência primordial de permanecer nas raízes locais sem deixar de ser uma forma de renda para os envolvidos, podendo ser inserido ao mercado de maneira efetiva, seguindo as tendências de consumo e mercadológicas.

Considerando que o objeto desta pesquisa são os tapetes artesanais e que os artesãos são os sujeitos em seus processos de criação, percebe-se a necessidade de exploração desta atividade no Sul do Estado de Santa Catarina (Araranguá), oportunizando os recursos locais e manuais na geração de produtos de valor.

De acordo com Krucken (2009), a importância da valorização de produtos locais relaciona-se com manifestações culturais fortemente ligadas ao território e à comunidade que os gerou. Esses produtos podem ser considerados resultado de uma rede, tecida ao longo do tempo, que envolve recursos da biodiversidade, modos tradicionais de produção, costumes e também hábitos de consumo.

Diante disso, por intermédio da abordagem sistêmica de Design, referência de identidade visual, inovação e metodologias de trabalho, principalmente no processo de criação, busca-se a adequação de um (re)olhar para os artesãos de tapetes da Região Sul do Estado de Santa Catarina (Araranguá), bem como em seus produtos, propondo uma metodologia própria de acordo com suas necessidades. Para tanto, serão identificadas suas carências e oportunidades, de modo que estes sejam inseridos no mercado de forma autoral, valorizando suas raízes e seus diferenciais. O design pode proporcionar melhorias para todo o processo e alavancar aspectos da economia criativa.

Nesse processo, é primordial fundamentar a Economia Criativa a partir de seus pilares, para a formação de uma construção de bens e valores. Para o Sebrae (2016), a economia criativa se difere da tradicional, focando essencialmente no potencial individual ou coletivo em produzir artefatos e serviços criativos, baseando-se em bens tangíveis e intangíveis, intelectuais e artísticos, com conteúdo criativo e de valor econômico agregado, fomentando regiões e negócios.

Lipovetsky (1989) afirma que o indivíduo da sociedade atual conquistou o direito de exibir um gosto pessoal, inovando, excedendo em audácia e originalidade. Ainda para o autor, a busca estética da diferença e do inédito tornou-se uma lógica constitutiva do universo das aparências. Sendo assim, não é necessário o produto apenas por sua funcionalidade ou necessidade, mas, muitas vezes, ou principalmente, por suas características estéticas. Pode-se exemplificar os tapetes artesanais como produtos não

somente funcionais no dia a dia do consumidor, mas enquanto uma necessidade de aparência e estética aplicada em sua casa.

O objetivo de pesquisa proposto neste trabalho permeia o estudo de caso da forma como é feita a metodologia criativa dos artesãos de tapetes da região Sul do estado de Santa Catarina (Araranguá), por meio da Abordagem Sistêmica de Design e a integração do design com o artesanato, de maneira a possibilitar a integração e compreensão da Economia Criativa como oportunidade econômica e cultural para a região estudada.

Para atender ao objetivo proposto, foram selecionadas algumas metodologias de design, dentre elas a metodologia de desenvolvimento de produto, da autora Maria Celeste de Fátima Sanches, descrito em sua tese, a fim de apresentar os fundamentos da área e, com isso, investigar o artesanato na região sul do estado de Santa Catarina, na cidade de Araranguá, compreendendo as necessidades e oportunidades locais, assim como identificando possíveis redes colaborativas de criação e produção como estratégia política regional, com vistas a estruturar caminhos para a aplicação de uma melhoria efetiva nos produtos produzidos localmente.

1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

O artesanato regionalizado é um processo instintivo e carregado de conotações emocionais, muitas vezes passando o saber fazer de família para família. Geralmente, é desenvolvido empiricamente, com base no conhecimento tácito, tendo pouca atenção quanto às metodologias de desenvolvimento, qualidade estética dos produtos e visualização de tendências. Um exemplo é a etapa relacionada à pesquisa e desenvolvimento de criação, a qual, muitas vezes, não acontece, ou, quando acontece, é uma cópia dos produtos concorrentes.

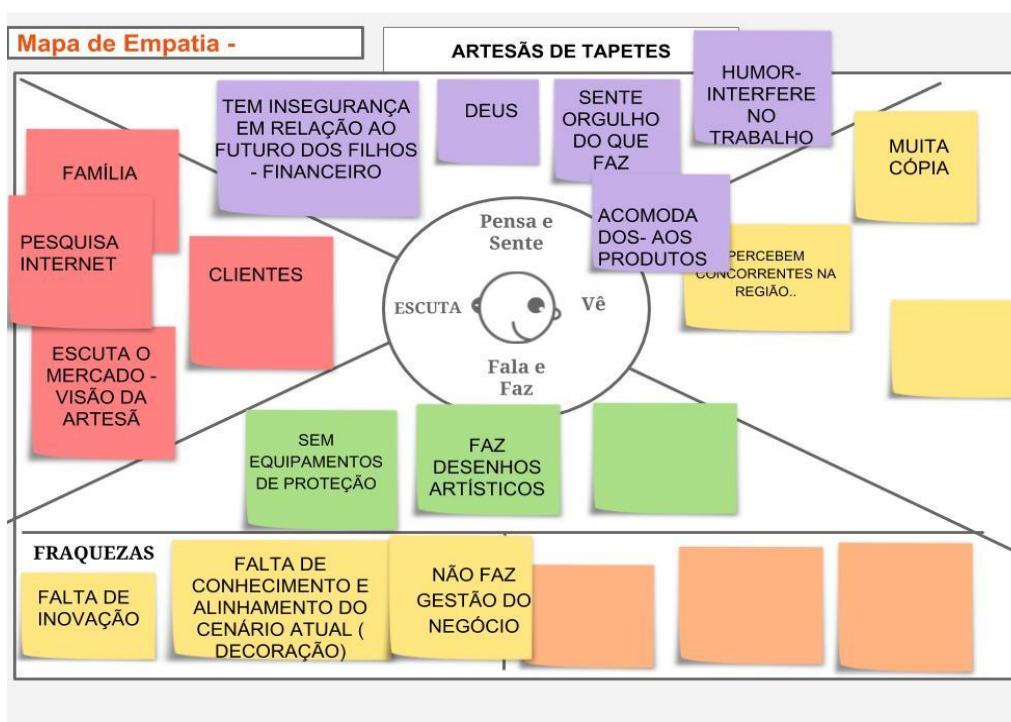
Por meio de relatos de artesãos entrevistados pelo grupo de pesquisa GESIGN - Grupo de Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas e da Linguagem (formado por professores do IFSC de Araranguá), em 2017, foram constatadas algumas dificuldades de articulação dos artesãos no dia a dia de trabalho. Foram entrevistados três artesãos de tapetes, nas cidades de Araranguá e Sombrio, que relataram algumas complexidades e carências, entre elas a necessidade de novas referências criativas, enfatizando que os produtos hoje feitos são basicamente os que sempre vendem (figuras de frutas e flores pintadas à mão), não inovando por meio da criatividade e de referências de tendências (não possuem processos de pesquisa).

A carência de metodologia no trabalho prejudica os processos, os quais não são divididos para o desenvolvimento do produto, o que faz com que muitas etapas fiquem sob a responsabilidade de apenas uma pessoa da equipe. O trabalho, para essas pessoas, é considerado artístico, assim não conseguem se considerar empreendedoras, prejudicando a formação de valor e, conseqüentemente, não sendo valorizadas pelo mercado, o que desanima o artesão a continuar nessa atividade. Alegam também que não há união entre o grupo (artesãos), fazendo com que eles fiquem reféns do valor proposto pelo concorrente ao lado.

Os relatos foram organizados em um Mapa de Empatia pelos professores pesquisadores. De acordo com Osterwalder (2011), o Mapa de Empatia é uma ferramenta que auxilia a entender o cliente, ou o objeto estudado, além de suas características demográficas, desenvolvendo uma compreensão melhor do ambiente. Por meio dessa técnica, é possível atentar-se a situações mais profundas e realidades mais detalhadas sobre as pessoas para as quais se está projetando. Pode-se criar soluções através do Mapa de Empatia, que é também uma maneira que a equipe tem para agregar suas experiências com discussão em grupo (IDEO, 2015).

Para Osterwalder (2011), com o Mapa de Empatia é possível compreender melhor, de forma mais gráfica, o ambiente que o cliente está e seus comportamentos, preocupações e aspirações. Na figura 1, pode-se observar o que os artesãos pensam e sentem (o que os motiva, sonhos e desejos), o que estão vendo (quem está em torno, quais problemas encontram), como falam e fazem (atitudes, o que dizem para os outros) e como escutam (a influência do ambiente em que convivem, o que as pessoas da convivência dizem), relacionando também suas fraquezas (frustrações, obstáculos e riscos), informações estas para a compreensão do todo.

Figura 1 – Mapa de empatia das entrevistas dos artesãos de tapetes



Fonte: GESIGN – Grupo de Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas e da Linguagem (2017).

Por outro viés, os artesãos também relataram a falta de ações governamentais para a valorização e apreciação de produtos artesanais na região, sendo este um limitador no crescimento e incentivo para continuarem com o trabalho que poderia ser passado de geração para geração. Para isso, este estudo, fundamentado na abordagem sistêmica de design com foco na economia criativa, visa ao fomento da criação, na região de pesquisa, de valores e qualidades locais representados pelos produtos artesanais.

Para Newbiggin (2010), pessoas com imaginação, talento e desejo de criar coisas vão além da dimensão pragmática. Esse processo de criação prescinde a comunicação, por meio da estética, de um valor cultural ou uma posição social através da arte, estilo ou moda. Isso é tão antigo quanto a humanidade, e essa é a base da economia criativa. Madeira (2014) ainda afirma que a era da economia criativa ganhou intensidade com o avanço tecnológico das últimas décadas do século XX, trazendo modificações significativas para a própria cultura.

Diante dessa problematização, contatou-se que há oportunidade de geração de valor por meio do produto artesanal (tapetes) desenvolvidos na região sul do Estado. Porém, há necessidade de atenção e trabalho potencializado para a mudança de métodos e a criação do artefato, para sua atualização e a captação de oportunidade do mercado atual, a partir da integração da abordagem sistêmica de design.

Segundo Moraes (2010), o design, como metodologia que identifica a relação holística dos problemas, a capacidade de gestão da complexidade e dos aspectos criativos, dando atenção para o produto, seja material ou serviço, é um mediador entre a produção e o consumo.

Aliando técnicas de criatividade e a metodologia projetual, é possível ampliar o valor não só do produto, mas também de todo o seu processo. Diante do exposto, chegou-se ao seguinte problema de pesquisa: Como a abordagem sistêmica de design no contexto da economia criativa pode beneficiar o desenvolvimento de produto, que, por consequência, poderá beneficiar o negócio de tapetes da cidade de Araranguá, na região Sul do estado de Santa Catarina?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Propor diretrizes projetuais a partir da Abordagem Sistêmica de Design para o processo de desenvolvimento e confecção de tapetes artesanais da região Sul do Estado de Santa Catarina, com base no contexto da Economia Criativa.

1.3.2 Objetivos específicos

- Descrever a Abordagem Sistêmica de Design como uma ferramenta projetual;
- Compreender o contexto da Economia Criativa e sua importância para as economias locais;
- Abordar os conceitos e características do artesanato e da comunidade estudada;
- Adequar os processos metodológicos de design dos autores Sanches (2016) e Santos (2009) ao processo dos artesãos de tapetes;
- Desenvolver vivências com foco na criatividade de acordo com a metodologia escolhida e adequada para encontros online;
- Interpretar resultados obtidos nas vivências com os artesãos;
- Exemplificar os dados sugerindo novas possibilidades de interação com os artesãos baseados na pesquisa.

1.4 JUSTIFICATIVA

A motivação pessoal que norteou a escolha do tema se deu mediante a experiência profissional da autora como professora contratada do Instituto Federal de Santa Catarina, Campus de Araranguá, no ano de 2017, quando, por meio do grupo de pesquisa GESIGN (Grupo de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Sociais Aplicadas e da Linguagem), foi possível desenvolver um projeto com artesãos da região sul de Santa Catarina.

Os resultados indicaram as carências do grupo de artesãos de tapetes, com destaque para a falta do uso de técnicas de criatividade e metodologias de projeto como possibilidade de aplicação para a confecção das peças, bem como a dificuldade de inserção do produto no mercado. De acordo com a percepção do grupo, o uso de metodologias de design poderia melhorar a qualidade do artesanato e trazer características culturais regionais para o produto.

Outro ponto que despertou interesse por esta pesquisa foi a importância desse artesanato para o mercado local, visto que, numa sociedade capitalista, mais e mais produtos estão sendo comercializados sem considerar a identidade e as características da cultura local. Os artesãos precisam de incentivo para que seus produtos se destaquem no mercado, valorizando sua história e sua cultura, de modo que possam sobreviver economicamente com esse tipo de trabalho.

De acordo com Moraes (2010), a “próxima economia” é uma economia de um novo tipo social, assim pede um “próximo design”: o design da inovação social e sustentabilidade, sendo necessárias novas abordagens projetuais, novos modelos e novas metodologias.

A economia criativa pode ser observada pela intensificação da necessidade e importância do conhecimento no sistema de produção não apenas de produto, mas também na produção de serviços e processos no setor de artesanato, em bens e valores. É importante observar que, independentemente da área, produto, processos ou serviços, dentro da economia criativa, a criatividade assume um papel preponderante.

De acordo com Rifkin (2005), não são mais as coisas que têm o verdadeiro valor na nova economia, mas, sim, os conceitos, as ideias e as imagens. A criatividade humana e a imaginação ensejam a riqueza e não mais apenas o patrimônio material. O artesanato pode ser destacado como um processo criativo e único, sendo realizada a criação de um único produto de cada vez, imprimindo manifestações criativas e *insights* de ideias diferentes para cada produto.

Para que o artesanato seja mais valorizado pela sociedade em que está inserido, ainda há muito a ser feito. Segundo Nery (2012), o artesanato têxtil, de forma mais tradicional, ainda é visto no Brasil como algo exótico (turístico) e vinculado ao gosto de *hippie*.

Para Moraes (2010), o design vai além do âmbito material do produto, abrangendo também as influências que este deixa no indivíduo, ultrapassando o objeto em si. O design, por meio de suas metodologias e sua abordagem sistêmica, possibilita o “fazer” dos artesãos e a valorização das origens, reinventando a maneira de produzir e possibilitando a inserção no mercado de maneira mais efetiva.

A falta de valorização do artesanato, um novo cenário comercial e as mudanças contínuas no comportamento dos consumidores são pontos importantes para a união do fazer dos artesãos com o saber da academia/pesquisa.

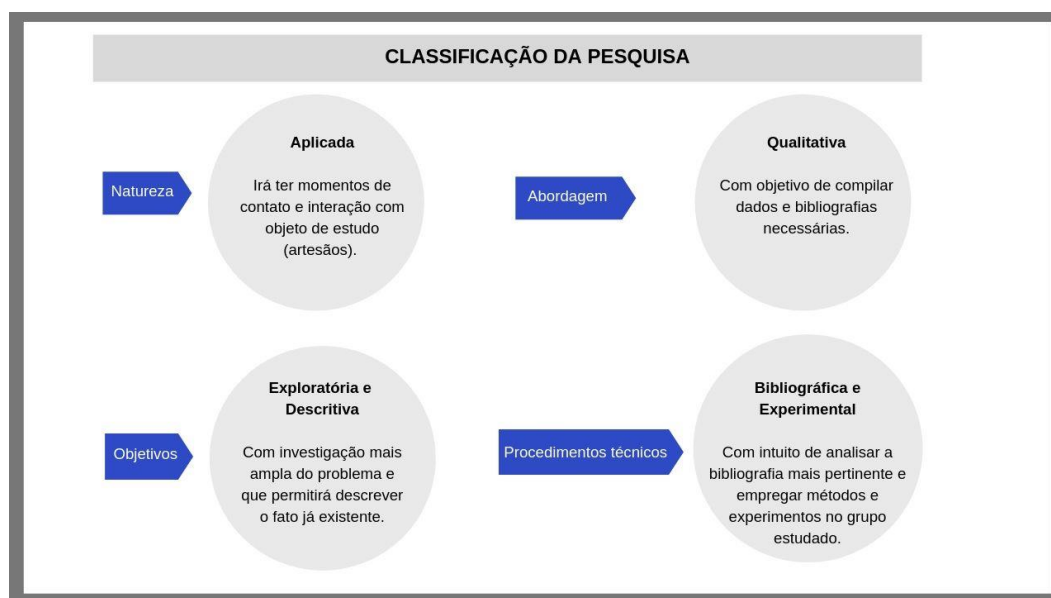
Com a pesquisa, sugere-se novas experiências criativas para os artesãos de tapetes da região Sul do estado de Santa Catarina (Araranguá), por meio da Abordagem Sistêmica de Design, para resgatar essa prática a partir de um (re)olhar para o artesão, valorizando a cultura local, incentivando novos artesãos e fomentando a economia regional. Diante disso, esta pesquisa irá proporcionar uma contribuição científica acerca do tema, por meio da integração entre academia, pesquisador e profissionais autônomos e a interação do saber e o fazer, viabilizando o desenvolvimento e incentivando a economia local.

1.5 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Este trabalho apresenta, do ponto de vista de sua finalidade, uma pesquisa **aplicada**, pois terá momentos de contato com objeto de estudo (artesãos), bem como interação e trocas entre o pesquisador e o pesquisado. Para Lakatos (2003), o estudo é relacionado ao conhecimento científico ou à sua aplicabilidade. Em relação à abordagem do problema, a pesquisa caracteriza-se como **qualitativa**, a fim de compilar dados e bibliografias necessárias; do ponto de vista de seus objetivos, a pesquisa é **exploratória e descritiva**, pois irá descrever um fato já existente; quanto aos procedimentos técnicos, é conceituada como **bibliográfica**, com intuito de analisar a bibliografia mais pertinente ao assunto; e **experimental**, pois irá empregar métodos e experimentos no grupo estudado. De acordo com Lakatos (2003), são trabalhos que consistem em investigações de acordo com hipóteses, relacionando causa-efeito.

Com o objetivo de ilustrar a pesquisa e sua classificação o infográfico abaixo referencia as etapas do trabalho de acordo com suas finalidades:

Figura 2 – Infográfico de Classificação da Pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

Primeiro Capítulo – Introdução – Traz a contextualização do tema, a definição do problema, o objeto geral e os específicos da pesquisa, a justificativa acerca da escolha do tema, sua relevância, as metodologias utilizadas e a estrutura da dissertação.

Segundo Capítulo – Fundamentação Teórica – Consiste no embasamento teórico, servindo de base para a interpretação e compilação bibliográfica do trabalho. Fornece suporte para a elaboração dos objetivos da dissertação.

Terceiro Capítulo – Procedimentos Metodológicos – Descreve os Procedimentos Metodológicos de aplicação da pesquisa.

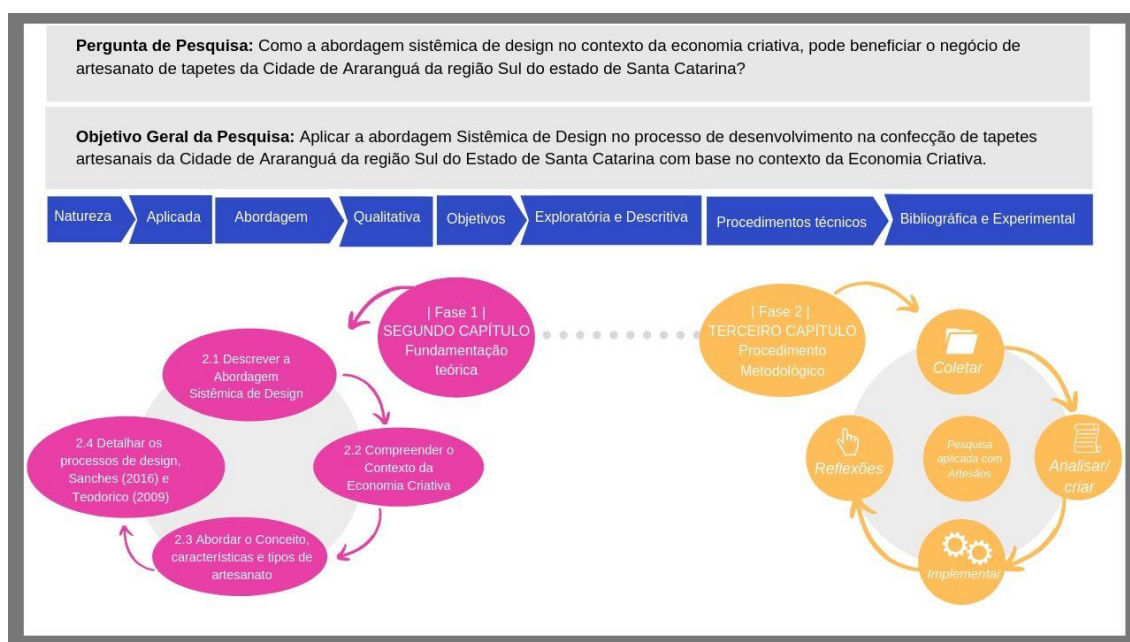
Quarto Capítulo – Apresentação dos Resultados da Pesquisa – Responde ao objetivo geral e demonstra os resultados da aplicação.

Quinto Capítulo – Conclusão ou Considerações Finais – Apresenta as conclusões finais, respondendo aos objetivos propostos.

Referências Bibliográficas – Traz as obras consultadas para a elaboração teórica da dissertação (todas referenciadas).

Assim esta pesquisa se estrutura em duas fases: a primeira, em uma pesquisa teórica com a compilação das informações; e a segunda fase, com a aplicação e experimentação, interagindo com o objeto de pesquisa e a pesquisadora, finalizando com um resultado experimental para a aplicação de métodos, de acordo com a figura 3.

Figura 3 – Estrutura da pesquisa

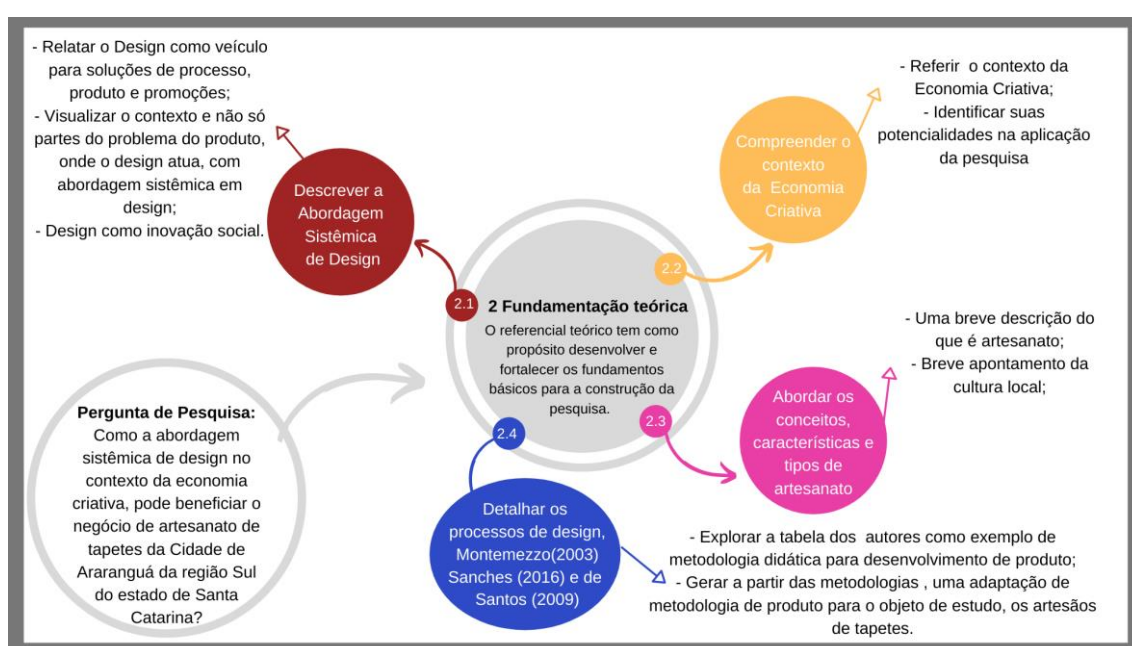


Fonte: Elaborado pela autora (2019).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico tem como propósito desenvolver e fortalecer os fundamentos básicos para a construção da pesquisa. A princípio, será dissertado sobre a Abordagem Sistêmica de Design, para, posteriormente, compreender o contexto da economia criativa; abordar os conceitos e características de artesanato; os processos de design, com o auxílio da diretriz metodológica de Sanches (2003) e Santos (2009) e sua inserção no processo de criação dos artesãos, assim como mostra a figura 4.

Figura 4 – Fundamentação Teórica



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

2.1 ABORDAGEM SISTÊMICA DE DESIGN

O objetivo dessa seção é descrever a Abordagem Sistêmica em Design, bem como seus veículos para soluções de processos, produtos e promoções, visualizando o contexto social e não apenas parte do problema em si, tendo o produto como resultado final.

Para Best (2012), o design contempla o significado de planejar, desenhar, criar e conceber, sendo um modo de pensar, um processo e uma prática. É necessário, então, ter uma abordagem centrada em pessoas para poder transpor as tradicionais fronteiras de projeto e englobar mais áreas de estudo, alargando seu escopo e enriquecendo os resultados. Ainda, para a autora, a metodologia de design atenta não só para a maneira

pela qual os processos são percebidos, mas também para todo o funcionamento e opção em que estão envolvidos pelo ecossistema.

Moraes (2010) aponta que a disciplina de design propõe interações multidisciplinares que se relacionam com as áreas de exatas, humanas e sociais até chegar à área da arte, ampliando ainda com as disciplinas tecnológicas, econômicas e de comunicação.

De acordo com Löbach (2001), o design consiste na concretização de uma ideia, podendo ser a solução de um problema determinado e resultando um produto, que é delimitado por fases e métodos.

Levando em consideração o envolvimento pluridisciplinar, o quanto se pode ver de vantagem, alguns desafios também são apontados. Para Moraes (2010), é desafiador, na atualidade, os designers atuarem em um cenário tão dinâmico, fluido, mutante e complexo, diferenciando-se da primeira modernidade, que tinha um sistema mais linear e tecnicista, originando um design mais “transversal e atravessável”, com diferentes disciplinas, para objetivar o seu propósito.

Moraes (2010) ainda coloca que no atual momento da sociedade o designer passa não apenas a se preocupar com produtos gerados e criados, mas com a produção de valor, envolvendo diversos fatores para ele, que vão além da capacidade projetual, construindo uma “cadeia de valor”, uma “rede de valor”.

Nesse sentido, a construção de valores de um produto ou serviço e sua comunicação aos usuários passa a ser um processo pertinente nos projetos de designers, sendo essencial sua exploração e atenção, a partir da inter-relação entre produto, empresa, mercado, consumo e cultura. Manzini (2009) afirma que atualmente a sociedade, diante de problemas cada vez mais complexos, não desconsidera a necessidade de ações como contribuição para a sustentabilidade social. Isso envolve todos os sistemas para os quais se trabalha: ambiental, social, econômico, e também estético. Na criação de um produto, para o qual as dimensões físicas e cognitivas são fundamentais, o papel do designer, nesse momento, torna-se fundamental na geração de valor agregado, relacionando os artefatos com o território em que foi concebido.

De acordo com Krucken (2009), o design auxilia na tarefa de interligar produção e consumo, inovação e tradição, e ainda as qualidades regionais e globais, explorando o conceito de que produtos locais são declarações culturais fortemente relacionadas com o território e as pessoas que os geraram.

Para Manzini (2008), os processos em design estão em momento de transformação, sendo uma nova maneira de olhar para o mundo e seus limites, implicações e perceber o que os designers podem fazer para as pessoas que o habitam, não necessariamente criando novos produtos, mas proporcionando novas experiências e soluções sociais.

Nesse contexto social, o design assume uma nova perspectiva, que ultrapassa o conceito retórico de apenas resultados estéticos-formais, protagonizando um contexto social e de propósito sustentável. Bonsiepe (2015) recorre ao design contemporâneo, expondo suas características diferenciadas: o design pode atuar em qualquer área do conhecimento e das práticas humanas; a área de design é orientada ao futuro, está relacionada à inovação e ao ato projetual, iniciando algo novo no mundo; o design está relacionado ao corpo e ao espaço, principalmente, mas não se limita apenas ao visual, também à ação afetiva, à interação entre usuário, artefato e ao social.

De acordo com Manzini (2017), as pessoas precisam colocar suas habilidades de designers em ação, a capacidade de pensar e realizar coisas que envolvem reflexão e senso estratégico, tendo a possibilidade de olhar para o contexto e decidir quando e como agir para a melhoria das coisas e dos seres. Ainda, para Manzini (2017), “se é verdade que as habilidades de design são expressas tanto na resolução de problemas quanto na produção de sentido, há muito a ser feito nesses dois lados diante da perspectiva de uma nova civilização”.

Assim, a solução de um problema, sendo ele um produto, social ou de outra natureza, no contexto de uma nova visão para o design, passa por uma abordagem sistêmica, que, em síntese, possui algumas características principais, como: perceber as partes de um todo, dos objetos para os relacionamentos, das hierarquias para as redes, da causalidade linear para a circularidade, da estrutura para o processo, da metáfora mecânica para a metáfora do organismo vivo e outras não-mecânicas, do conhecimento objetivo para o conhecimento contextual e epistêmico, da verdade para as descrições aproximadas, da quantidade para a qualidade e do controle para a cooperação, influência e ação não-violenta (ANDRADE *et al.* 2006).

Ainda, para Andrade et al. (2006), a visão sistêmica pode permitir as inter-relações do todo e não apenas eventos e problemas isolados. Assim, o pensamento sistêmico refere-se a relações dinâmicas de interações, informações que geram e configuram de um todo para o todo.

Para Bonsiepe (2015), os problemas de design e seus processos aumentam com a complexidade e as variáveis envolvidas, que não podem ser tratadas isoladamente, pois estão entrelaçadas e relacionam-se entre si. Assim, Howaldt *et al.* (2018) explanam que se faz necessário perceber as problemáticas de forma sistêmica, trabalhando de forma colaborativa com os envolvidos (ouvindo e aprendendo), de maneira a solucionar os problemas.

De acordo com Kuosa *et al.* (2012), a abordagem sistêmica da gestão de design necessita considerar as possíveis implicações, soluções e impactos relacionados ao problema de design, como o cultural, o simbólico, o social, o institucional, o financeiro, a estrutura física, os bens fabricados e os bens físicos.

A adoção de uma perspectiva mais ampla e dinâmica de projeto vem potencializar a gestão de design, conforme a abordagem sistêmica, desenvolvendo projetos de forma colaborativa e transdisciplinar, ampliando as relações entre os atores, as capacidades e os conhecimentos. Conforme Best (2012), é de forma integral quanto ao modo de proporcionar a melhor solução possível para as partes relacionadas, envolvendo diversas áreas e ambientações. A adoção de uma abordagem gerenciada pelo design oportuniza diversas possibilidades de criar e executar projetos capazes de demonstrar resultados tangíveis e valiosos que agregam valor, incluindo benefícios para todas as partes envolvidas, contribuindo positivamente para o futuro social e, ainda, minimizando o impacto de recursos naturais.

O designer pode ser um elo entre as carências existentes ainda nos produtores de artefatos, a comunicação com o global e as oportunidades de mercado, com a visão holística necessária. Para Krucken (2009), ao agregar valor aos produtos, o design pode ser um forte impulsionador. Representando um catalisador, o design pode gerar inovação para a criação de uma possível imagem positiva ligada ao território e seus produtores e serviços.

A valorização do criativo relacionado ao território se faz pertinente no cenário de uma proposta de abordagem sistêmica. Para Krucken (2009), a valorização dos recursos locais para a criação dos produtos origina um novo conceito de qualidade, assumindo um novo relacionamento entre produtos (e suas diversidades biológicas e culturais), produtores (com um novo olhar sobre como criar) e consumidores (que são convidados, muitas vezes, a participar como cocreadores), recriando uma nova qualidade aos artefatos.

Levando em consideração o envolvimento plural de áreas e seus desafios, é necessário perceber o rol de possibilidades existente. A valorização de produtos e recursos

é um tema muito rico e complexo, devido aos envolvimento e às dimensões cognitivas dos sistemas abordados, sendo necessário entender e perceber o contexto em que estão inseridos para compreender sua melhor versão de produção e consumo, do local para o global, revalorizando todo o ecossistema (KRUCKEN, 2009).

Para a autora Krucken (2009), os produtos locais são resultados de uma rede tecida ao longo do tempo, envolvendo recursos da biodiversidade, uma maneira tradicional de fazer o produto, além de costumes e hábitos de consumo particulares de cada região, os quais, muitas vezes, precisam de um olhar crítico para reavive-los.

Diante dos pontos abordados sobre conceitos de design e fatores de geração de valor, a partir de uma abordagem sistêmica do processo de concepção de produtos e serviços, demonstra-se sua relevância social em diversos processos e contextos sociais.

2.2 ECONOMIA CRIATIVA

O foco desta sessão é compreender o contexto em que a economia criativa se estabeleceu no mercado e identificar as potencialidades de sua aplicação.

Com origem na criatividade, habilidade e talento potencializado em serviço ou produto, a Economia Criativa, de acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2015), pode ser entendida como um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento, utilizando o talento criativo de forma intensiva e incorporando técnicas e/ou tecnologias, agregando e gerando valor ao capital intelectual e cultural.

Considerado o idealizador da expressão “economia criativa”, John Howkins, autor do livro *“The Creative Economy”*, publicado em 2001, no qual expressou conceitos sobre criatividade e inovação que interferem na economia e no social, orienta que algumas atitudes do ser humano estão em mudança, o que influencia o estilo comercial, entre elas: colaboração, relacionamentos pessoais e realizações pessoais.

Com natureza tanto econômica quanto cultural, por meio de um conjunto de atividades, bens e serviços, a economia criativa possui como processo principal o ato criativo como gerador de ideia e valor simbólico. Para Newbigin (2010), existe uma mistura de valores econômicos e valores culturais, o valor de troca (estágio final de bens e serviços com preço no mercado); os produtos da indústria criativa possuem um ‘valor expressivo’, possuindo também um significado cultural, não se relacionando apenas com os custos de sua produção ou funcionalidade.

No entanto, trabalhar com valores intangíveis pode dificultar a mensuração quando apoiada na tradicional economia. Porém, por ser um recurso inesgotável e renovável, os valores intangíveis podem ser multiplicados com o uso. Madeira (2014) afirma que na economia atual é necessário competir para se destacar; e na era da complexidade contemporânea, as pessoas e países necessitam de informação e conhecimento, mas também de originalidade, possibilitando um fator estratégico em uma sociedade com a ampliação de contínuas mudanças.

Reis (2008) corrobora explicando que, para a economia a criatividade pode ser um combustível, aumentando com o uso, e dizendo que, em vez de a concorrência entre os agentes criativos saturar o mercado, pode estimular a atuação de novos produtores.

Ainda, para a autora, por meio de produtos com conteúdo criativo, valores econômicos e objetivos de mercado, as indústrias criativas são definidas por ciclo de criação, produção e distribuição, usando a criatividade e o conhecimento como insumos principais, gerando renda por comércio e direitos intelectuais (REIS, 2008). Valorizar o produto por seu material e forma já não é o essencial quando se pensa no intangível, e não é o bastante para garantir que artefatos perdurem no mercado.

É, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011, p. 24).

A mudança de comportamento dos consumidores faz com que se pense em novas maneiras de produzir. De acordo com Howkins (2013), a criatividade, por si só, não é considerada uma atividade econômica, mas, caso produza uma ideia com intuito econômico ou um produto comerciável, passa a ser considerada do âmbito econômico. Para o autor, quando a necessidade ou função dos artefatos na vida das pessoas é contemplada, é comum a busca pelo prazer emocional, já que poucas pessoas buscam apenas satisfação intelectual. Então, na Economia Criativa se lida quase sempre com o emocional das pessoas por meio de produtos ou serviços que ativam esta qualidade subjetiva.

Segundo o Sebrae (2015), as empresas de design brasileiras, bem como os profissionais da área, representam uma parcela importante do conjunto da Economia Criativa, compondo um mosaico que vai do artesanato ao design gráfico, delineado por produtos e serviços, entre eles o processo artesanal de artefatos.

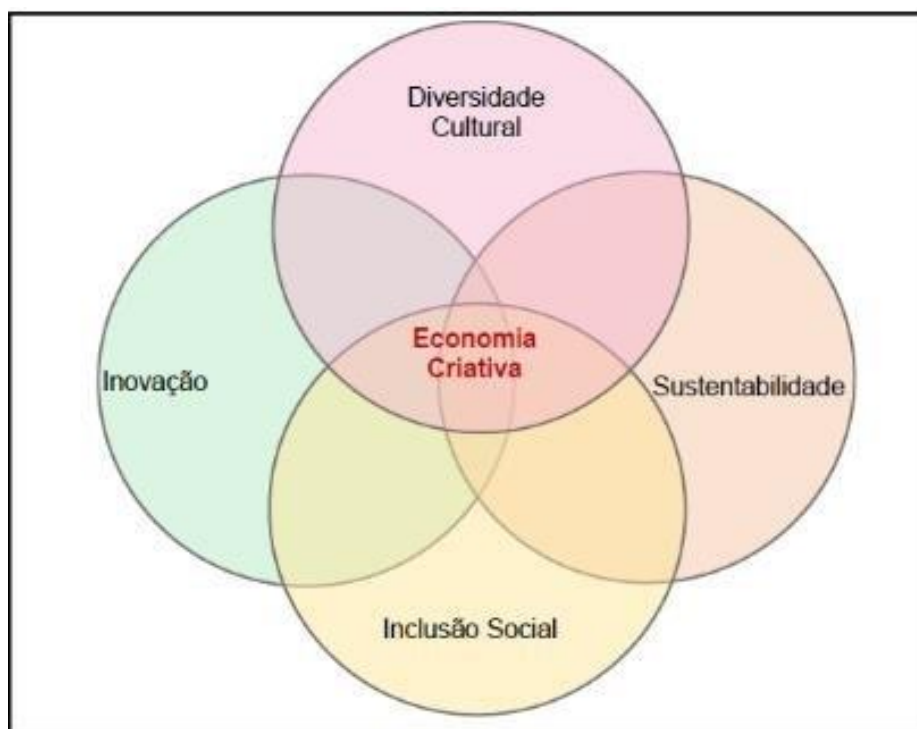
Uma medida para tornar a economia criativa mais fortalecida é valorizar os produtos locais, fortificando negócios em rede, e o design pode ser um elo nesse sistema. Para Krucken (2009), é essencial o desenvolvimento de negócios em rede, integrando competitividade e conectividade, para o desenvolvimento regional e nacional, promovendo a renovação das estratégias de gestão e de organização de uma determinada região e negócio.

No Brasil, esse tema ainda é recente, foi introduzido em 2004 durante o encontro quadrienal da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), em São Paulo, quando o Ministério da Cultura abordou a importância da valorização da cultura e da criatividade no país (REIS, 2008). De forma geral, mundialmente a economia criativa está passando por um processo de recolocação e adaptação, e no Brasil acontece também esse fenômeno de adaptação social, político e econômico.

Dentro da iniciativa governamental, pode-se citar a criação da Secretaria da Economia Criativa – SEC, no ano de 2012, vinculada ao Ministério da Cultura, com o objetivo de tornar a cultura um eixo estratégico nas ações políticas dos estados brasileiros. O produto artesanal como potencializador de negócios em rede, provindo da economia criativa, apoia-se no design para o fortalecimento de ideias criativas e a construção de ações inovadoras para processos e produtos.

De acordo com o SEC (2012), há 04 (quatro) bases norteadoras no contexto da economia criativa, guiando seu desenvolvimento: (1) a diversidade cultural; (2) a sustentabilidade como fator de desenvolvimento; (3) a inovação como vetor de desenvolvimento da cultura; e (4) a inclusão social como base de uma economia cooperativa e solidária. Pode-se observar na figura 5 estes quatro eixos:

Figura 5 – Princípios norteadores do contexto da Economia Criativa brasileira



Fonte: SEC (2012, p. 33).

É notório que muito ainda precisa ser feito e discutido entre sistemas governamentais, empresas e estudos acadêmicos em relação aos assuntos abordados nos eixos da economia criativa, principalmente levando em consideração a extensão do Brasil e suas diversidades culturais, bem como seus limites e dificuldades sociais. Assim, reconhecer o valor não tangível dos produtos oriundos desse setor, como a falta, ainda, de delineação do sistema, dificulta ações ativas no setor e o reconhecimento dos consumidores.

Nesse viés, as inovações não estão necessariamente relacionadas aos artefatos, mas, por exemplo, podem contribuir para o relacionamento de produtores e consumidores, facilitando a comercialização, gerando e fortalecendo a economia criativa. E, nesse sentido, a autora ainda ressalta que é importante analisar a técnica, a viabilidade econômica do local a ser trabalhado e os modos de produção, identificando as oportunidades necessárias (KRUCKEN, 2009).

O designer pode possibilitar um posicionamento mais ativo e consciente do consumidor em suas escolhas. Por uma perspectiva criativa, transportar o olhar do consumidor para o valor gerado pelos produtos artesanais, recursos naturais e processos singulares de cada região. Neste sentido, é elementar compreender as metodologias e o âmbito do design para nortear as possíveis melhorias. E, no mesmo sentido, a Economia

Criativa, por estar compactuando com o disposto nesta sessão, estabelece uma relação explícita com a economia regional, de profissionais que utilizam a criatividade (designers e artesãos), tendo como fundamento o estudo e a exploração dos temas, unindo-os para o mesmo objetivo, social e comercial.

2.3 ARTESANATO

Com o objetivo de abordar os conceitos e as características do artesanato, esta parte da pesquisa destaca a compreensão de artefatos artesanais e como se relacionam com o social.

Ao discorrer sobre o tema artesanato, faz-se necessária a explanação de suas origens e características. De acordo com o site Artesanato Solidário (ARTESOL, 2013), o artesanato pode ser compreendido como todo objeto que é originado por manipulação manual, que a partir de uma matéria-prima, natural ou não, se transforma em um artefato.

Para Morales (2008), o produto artesanal é um objeto que desde a sua criação implica circunstâncias culturais, econômicas, políticas e sociais, também ambientais e tecnológicas, possuindo detalhes a partir do contexto em que é feito. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), no Simpósio Internacional/CCI de 1997, diz que:

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente à mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social. (UNESCO, 1997, *apud* BORGES, 2011, p. 21).

Mesmo quando o objeto artesanal é produzido de maneira individual, sua estética remete a vivências do artesão no coletivo, em sua cultura local. Assim, para Morales (2008) os artefatos feitos artesanalmente sempre integram o conhecimento local e histórico com o técnico, compondo a expressão particular de cada artesão. Para o Sebrae (2010), pode-se definir o artesanato como uma ação produtiva que resulta em produtos acabados, feitos de forma manual, com habilidade, qualidade e criatividade, conforme é proposto pelo Conselho Mundial do Artesanato.

Em um produto artesanal, há mais do que linhas e texturas escolhidas, visto que ele carrega valores simbólicos e transborda sentimento das mãos de quem o executou, combinando histórias, expectativas fundidas no produto tecido. A autora Kauling (2017) explana que todo produto feito à mão tem agregada sua própria história e energia, específica e única daquele momento, possui sua aura e impossibilita uma cópia ou um fazer igual. Ainda, para a autora, o artesanato atual, para se manter, precisa se relacionar com a tecnologia, em especial com as redes sociais, conectando-se de maneira benéfica, indo contra a ideia de que a Modernidade e a Pós-Modernidade extinguiriam as atividades manuais.

Canclini (2013) observa que o artesanato tem seu valor e pode ser relacionado à arte culta em alguns aspectos, como a criatividade formal, a geração de significados e a autonomia em relação às funções práticas. Desta forma, o artesanato ocupa hoje um lugar de destaque, pois, além da beleza dos produtos, conta histórias sobre quem os fez, é uma inspiração no passado, sendo produzido no presente.

Tendo o artesanato como a atividade de saber-fazer difundida com a criatividade e os processos culturais, Fletcher (2011) afirma que o artesanato apresenta características com conexão visceral, com a forma pela qual é moldado, com o tempo que é trabalhado e com as técnicas utilizadas. Possui tempo e reflexão entre a criatividade do artesão e sua atividade. Para Morales (2008), considerando o artesanato como artefato, é um objeto que desde a sua criação implica às circunstâncias culturais, econômicas, políticas e sociais, também ambientais e tecnológicas, possuindo detalhes particulares que constituem no contexto que é produzido.

Há algo que une qualquer artesanato: o fazer à mão. Diante da importância do artesanato na sociedade, além do fazer manual pode-se citar a matéria-prima escolhida, a fusão social, as ações colaborativas e a valorização do local para o global.

Com um custo de investimento relativamente baixo, o setor artesanal utiliza, em grande parte das categorias existentes, matéria-prima natural; promove a inserção da mulher e do adolescente em atividades produtivas; estimula a prática do associativismo e fixa o artesão rural no seu local de origem, evitando o crescimento desordenado dos centros urbanos. (CASTRO, 1997, p. 165).

Correspondentes a outras características dos artesãos, que validam seus potenciais, são geralmente trabalhos herdados de geração para geração, o que possibilita uma identidade particular, mesmo que haja influências diferentes a cada época. Os produtos artesanais integram o conhecimento técnico com o conhecimento cultural

histórico local, com um modo particular de expressão de cada artesão e região (MORALES, 2008).

Para Canclini (2008), algumas estatísticas são expressivas, mostrando o crescimento do número de artesãos por meio do relatório do SELA (*Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe*), em que os quatorze países latino-americanos analisados representam 6% da população geral e 18% da população econômica ativa. O fator desemprego, nesse sentido, incentiva a população a trabalhar por conta própria.

Para Silva (2011), a complexidade do estudo do artesanato e seu reconhecimento por bem tangível decorre de elementos do patrimônio cultural, incorporando-o a monumentos culturais e memórias coletivas, sendo considerado do ponto de vista social e cultural.

Os produtos artesanais são artefatos, mas também são combinados de valores intangíveis, que, além do visível, manifestam uma carga simbólica, histórica e identitária. Lacarieu (2004) fundamenta que, apesar de se confirmar as dimensões do intangível e seus valores, ainda há uma tendência em buscar, na maioria das vezes, o bem físico, com suporte material, tornando o bem imaterial estagnado ou esquecido em uma sociedade contemporânea.

Representar artefatos artesanais em um mercado capitalista embate com alguns desafios atuais. De acordo com Freitas (2006), o desafiador é conciliar os termos de qualidade, os custos do mercado e as necessidades do consumidor sem que ocorra perda de valores culturais envolvidos na produção e distribuição, descaracterizando o produto artesanal e local.

Para Silva (2009), o trabalho artesanal se trata de um trabalho cauteloso, detalhado e quase sempre lento; se o artesão quiser obter um retorno financeiro, muitas vezes precisará de ajudantes.

Freitas (2006) diz que a produção artesanal já experimenta, em muitos casos, um formato contemporâneo, apresentado por meio de cooperativas, pequenas e microempresas. Mas é necessária uma discussão não apenas em relação ao aspecto de produção do artefato, mas também seu percurso anterior, o criativo, e após a peça pronta, pós-uso. Ainda para o autor, o artesão possui intimidade com o processo de produção e confecção do produto, mas este elaborado para um volume reduzido, sendo necessária a adoção de novas estratégias para a abertura de mercado.

Diante dos desafios de comercializar os produtos artesanais, Canclini (1983) aponta que o artesanato tem uma relação direta e complexa com o lugar onde é feito,

relacionando-se à valorização da cultura como elemento de afirmação identitária dos espaços, e que no espaço capitalista nem sempre é valorizado.

Para Silva (2009), o preço colocado nos artefatos artesanais é extremamente relevante para a valorização desejada diante dos consumidores, sendo uma forma de afirmação de singularidade das peças: quanto mais elevado for o valor de troca, menos produto de intercâmbio ele se torna, colocando-o em um patamar superior em relação a outros produtos.

No mesmo sentido de valorização do produto por seu valor monetário, é importante avaliá-lo por meio da significação cultural e simbólica de cada sociedade. Para Silva (2009), nesse contexto simbólico o artesanato atua de forma distinta, pois traz sua formação de valor psicossocial e estética com diferenciação de prestígio para cada região atuante.

No contexto nacional, o Brasil, no setor artesanal, de acordo com o Sebrae (2016), tem uma abordagem positiva, pois a globalização e os conhecimentos universais massificados ajudaram o artesanato a se diferenciar dos demais produtos pelo seu valor simbólico. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE, 2016), 67% dos municípios no país tem o artesanato presente na economia.

Para Nery (2012), o artesanato tradicional no Brasil ainda está associado muito ao exótico, com apelo turístico ou estilo *hippie*, dificultando sua inserção no mercado hoje, visto que os consumidores não conseguem perceber seu valor. No entanto, com o auxílio dos novos profissionais do âmbito criativo, como designer e estilistas, os produtos começam a ter um processo diferenciado, seja em sua produção ou exposição.

2.3.1 Araranguá Sul de Santa Catarina e cultura local

Fez-se necessária, nesta sessão, uma breve apresentação da cidade de Araranguá a partir de suas características, sejam elas demográficas ou culturais, e que envolvem o trabalho dos artesãos que aqui residem.

De acordo com o site da prefeitura municipal de Araranguá, publicado em 2019, a cidade possui 68.228 habitantes, sendo a mais populosa da região extremo Sul Catarinense. Fundada em 1880, possui historicamente registros de que 6.000 a.C índios Sambaquieiros, Xoklengs e Guaranis já estavam na região povoando próximo ao mar, rio e lagoa, garantindo a sobrevivência pela pesca.

Os primeiros produtos artesanais registrados eram de origem Sambaquieira. De acordo com o site da prefeitura do município de Araranguá, eram produzidos instrumentos funcionais, como anzóis de pesca (com ossos), machados e pesos de rede com pedras que eram polidas umas nas outras. Com os índios Guaranis, o artesanato começou a ser mais destinado aos adornos pessoais, como cerâmica e peças de uso pessoal, além de flechas para caça. De forma oficial, Araranguá surge na história a partir do ano de 1728, na rota dos tropeiros, com a titulação de Caminho dos Conventos.

Segundo o historiador Sprígo (2007), em seu livro *Sujeitos Esquecidos Sujeitos Lembrados*, resultante da pesquisa de sua dissertação, na qual aprofundou o estudo sobre a região de Araranguá, sua colonização e relação com a escravidão, em 1880 imigrantes italianos, entre outros europeus, como portugueses e espanhóis, chegavam à região para estabelecer moradia, modificando a forma que aqui antes viviam, tornando-a bem mais visível. O autor ainda afirma a dificuldade que encontrou em suas pesquisas bibliográficas sobre a região de Araranguá e o quanto ainda esta pode ser estudada para uma reestruturação histórica e cultural.

No livro *Histórias do Grande Araranguá*, composto por mais de 100 contos ditos pelos antigos moradores da região da cidade de Araranguá, alguns fatos interessantes são apontados pelo autor que transcreveu estas histórias. Para Dall'alba (1997), diante dos causos registrados, muitas histórias de família foram trilhadas pela região, que foi crescendo com a vinda dos imigrantes, os quais trouxeram suas culturas locais, que aqui se misturaram, seja na comida, no jeito de se vestir, no modo como viviam, como trabalhavam e também como consumiam seus artefatos na época, de forma bem artesanal, feitos pelas famílias mesmo, e sempre pelas mulheres.

O autor ainda transcreve, pelas histórias contadas, que em meados de 1900 a matéria-prima era muito precária na região, dificultando a produção de novos artefatos. Por ser uma cidade litorânea por muito tempo, a principal forma de renda das famílias foi a pesca e também a agricultura, atividade que ficava sob a responsabilidade dos homens, enquanto as mulheres realizaram os afazeres da casa, dividindo-se nas produções dos artefatos pessoais, como roupas e utensílios.

Dall'alba ainda confirma, por meio dos causos, que os afazeres domésticos eram, muitas vezes, misturados com o momento de confeccionar as peças artesanais, geralmente focadas, na época, mais para uso pessoal e não para a comercialização, ensinamentos passados de mãe para filhas. Dentre as influências europeias pode-se citar, de acordo com o autor, cortinas, toalhas de mesa e trilhos, sendo estes produzidos por meio de tecidos de

saca e algodão (tecidos de forma manual), rebordados com pontos manuais com diferentes linhas. A seguir, na figura 06, uma artesã, Dona Rosa Quintino, confeccionando chapéu, artefato que usavam muito para a lida, seja na pesca ou nas plantações.

Figura 6 – Artesã dona Rosa Quintino confeccionando um chapéu de palha



Fonte: Dall'allba (1997).

Como pouco se encontrou de referências bibliográficas no artesanato brasileiro em seus processos de criação de produto e, conseqüentemente, registros que abordam metodologias, faz-se necessário apoiar esta pesquisa em processos de design e suas estruturas para auxiliar a aplicabilidade da proposta exposta.

Tendo em vista que o artesanato poderá basear-se em todo o seu processo de fabricação, exposição e conceito gerado, foram escolhidos dois autores, um na área de Design de Moda e outro Design de Produto, para nortear o processo, como é possível verificar na próxima seção.

2.4 PROCESSOS DE DESIGN

De acordo com a fundamentação teórica, mais precisamente as abordagens de design, foi realizada uma seleção dos autores a seguir como referência e possibilidade de adequação de suas metodologias durante o processo de design. Os autores selecionados foram: Sanches (2016), Montemezzo (2003) e Santos (2009).

Essa seção apresenta, em linhas gerais, a abordagem de cada um, com o intuito de verificar a convergência metodológica para sua integração ao processo dos artesãos pesquisados e sua interatividade como ferramenta promissora para a integração, design e artesanato na forma de uma metodologia recorrente.

Vale ressaltar que as citações feitas de Montemezzo (2003) e Sanches (2019) são referentes à mesma autora, que fez a troca de sobrenome e que delimitou sua pesquisa de dissertação (2003) e tese (2016) nos assuntos de metodologias na área de Design de Moda. A escolha dessa autora se deu por ser bastante citada em material pesquisado e por afinidade para a construção desta seção, tendo em vista o programa de mestrado da presente pesquisa e o alinhamento com os objetivos pretendidos.

Para Montemezzo (2003), em seu trabalho de dissertação, o valor simbólico ligado ao produto e consumidor é reflexo de sua autoimagem, e o preço estético é essencial para os produtos criados. Ainda, segundo a autora, o desenvolvimento dos produtos é de extrema importância na preocupação do bem-estar emocional do usuário, tendo em vista o valor comunicativo de produtos e o usuário.

Reconhecer os processos de design em todas as fases de um negócio, na construção de bens e serviços, é necessário para a valorização da criatividade como diferencial competitivo no mercado, possibilitando novas maneiras de produzir e consumir. É substancial os norteamentos que a autora Montemezzo (2003) oferece em suas pesquisas, a construção de seus modelos gráficos, para sintetizar os raciocínios dos autores referenciados em Design. Como exemplo, pode ser identificado o quadro 1, que mostra o papel exercido pelo designer de moda, ajudando também no entendimento do processo projetual.

Quadro 1 – Interesses envolvidos no desenvolvimento de produtos

SUJEITOS		INTERESSES	PRODUTO
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold; margin-right: 5px;">EMPRESA</div> <div style="font-size: 2em; margin-right: 5px;">↑</div> </div>	CONSUMIDOR/ USUÁRIO	novidades, bons produtos e preços razoáveis	PROJETO INTEGRADO necessidades humanas /mercado produção metas /estratégias empresariais
	DESIGNER	inovação criativa	
	VENDAS	vantagens competitivas	
	PRODUÇÃO	simplicidade/ facilidade na fabricação	
	EMPRESÁRIO	pouco investimento/ retorno rápido do capital	

Fonte: Montemezzo (2003).

No quadro 1, são apresentados os interesses no envolvimento e desenvolvimento de produtos, a relação com o mercado, empresários e criadores, pontos necessários para serem observados por profissionais de criação, além da metodologia que se irá explorar. Nessa circunstância, a metodologia escolhida e usada nos projetos precisa ser entendida pelos sujeitos envolvidos, assim como as metas do projeto e o alinhamento das soluções com o mercado e os envolvidos direta e indiretamente no processo.

De acordo com Sanches (2003), há uma articulação e interação de interesses ao ser planejado um produto, mas nem sempre de forma clara. É pertinente, para a autora, sistematizar e definir ideias estruturadas na busca de respostas projetuais. Na figura 6, é possível perceber a interação entre usuário e produto, de acordo com suas características estéticas, considerando um artefato de moda, ou de outras áreas, a partir de seu objetivo de uso, mapeando alguns elementos.

Figura 7 – Relação entre consumidor/produto e sua mensagem visual



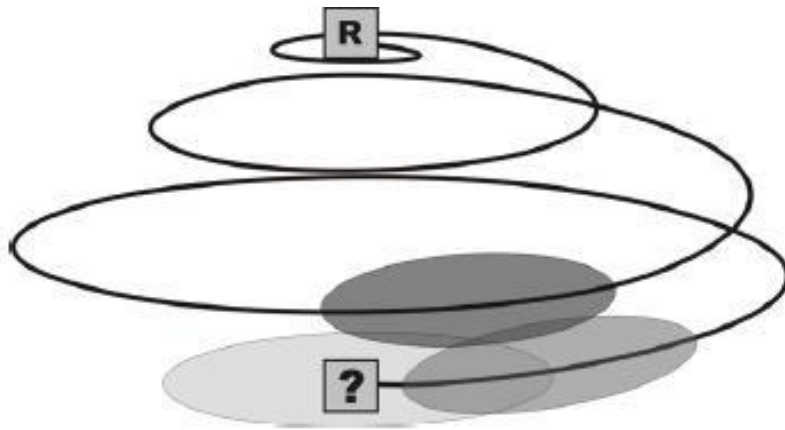
Fonte: Montemezzo (2012).

É possível perceber que nas diretrizes projetuais de um produto são definidos sistemas de relações entre usuário e produto, configurando possibilidades oferecidas pelos materiais, mercado, significado de representação social, códigos específicos e expressão de uma estética (MONTHEMEZZO, 2016).

Ainda, para a autora, em um contexto múltiplo e veloz, a missão de projetar um produto ou oferecer serviços é missão complexa, haja vista que os valores imateriais se tornam relevantes na motivação de consumo, em uma sociedade de constantes modificações.

Para Lawson (2011), o fluxo do pensamento projetual é cíclico e interativo, e é importante salientar que a coleta de dados é contínua, sendo que o mesmo acontece com a retroalimentação das análises, que é constante, o que permite inferir que o percurso de um projeto não pode ser compreendido como um esquema fechado e linear nas decisões. Sanches (2016) representou graficamente, conforme mostra a figura 7, um esquema não linear e fechado de um pensamento projetual.

Figura 8 – Esquema de um pensamento projetual



Fonte: Sanches (2016).

De acordo com Sanches (2016), a despeito de um projeto de design, é impossível ter um processo padrão, cujos limites entre problemas e soluções são difusos e oriundos de diversos fatores internos e externos. Além de envolver o pensamento criativo do protagonista do processo de design, não é possível trabalhar isoladamente o pensamento imaginativo e o racional, mas, sim, sempre tentando o equilíbrio dinâmico do processo criativo e o processo experimental.

Quando se explora uma demanda de design, com o objetivo de sintetizar parâmetros norteadores para a prática projetual, a busca por informações é, simultaneamente, um exercício de distinção de unidades e de articulação de conjuntos. As informações coletadas só fazem sentido no contexto do projeto, quando percebidas em suas múltiplas interações. Assim o processo projetual se manifesta a partir de uma trama interativa flexível, em que as estruturas de organização adquirem autonomia como sistema, mas se mantêm permeáveis as trocas com o meio. (SANCHES, 2016, p. 102).

Na perspectiva de auxílio no processo de metodologia de produção, uma síntese imagética se torna uma ferramenta de alicerce, a fim de aprimorar a capacidade de expressão e objetivo do projeto. O quadro 2 representa o trajeto de desenvolvimento para a construção e uso nas práticas projetuais proposto pela autora.

Quadro 2 – Percurso de raciocínio de composição visual em um projeto

Ação		Habilidade/ Competência
CONHECER		Distinguir os elementos e princípios da sintaxe de mensagens visuais.
RECONHECER	DECODIFICAR	Identificar os elementos constitutivos de uma mensagem visual e compreender as relações estabelecidas entre eles.
DECOMPOR		Extrair os elementos que compõem uma mensagem visual.
RELACIONAR	SINTETIZAR	Definir os elementos visuais e a estrutura dos procedimentos relacionais para a representação de uma informação.
COMPOR		Expressar informação por meio de imagens.
TRANSPOR		Sintetizar e transportar conceitos visuais para produtos de moda.

Fonte: Sanches (2016).

A autora reforça que, mesmo no campo da moda, as imagens já sejam exploradas como meio para figurar as correntes e pesquisas; compilar um material projetual é importante e pontual para que não haja materiais empíricos e fragmentados no projeto.

Sanches (2016) ainda aponta que, para trabalhar com fins didáticos (sua pesquisa foi experimentada em âmbito acadêmico), o diagrama visual se sustenta ainda mais quando integrado a instrumentos metodológicos e informações de aplicabilidade, como é possível observar no quadro 3, elaborado pela autora com ferramentas para a construção de produtos de vestuário de moda.

Figura 9 – Síntese visual e gráfica na configuração de produtos

Pesquisa	Foco das Ações		Ferramentas	
Universo/Usuário	DELIMITAR	Contextualizar Especificar Diretrizes	INTERPRETAR DECODIFICAR	Diário Fotográfico
Universo/corporativo- produtivo				Painel de Estilo de Vida
Tendências socioculturais Conteúdo de moda				<i>Mood Board</i> Painel de Tendências Painel de Tema Visual <i>Sketchbook</i> Vídeo Mapa Mental
Diretrizes de utilidade, adaptação e percepção	GERAR	Conceituar Experimentar possibilidades de conexão	COMPOR CODIFICAR	Painel Semântico
Conceitos de configuração				Registro Fotográfico de Geração Tridimensional Esboços e Croquis <i>Sketchbook</i>
Detalhes de Configuração	AVALIAR CONSOLIDAR	Depurar Avaliar eficácia das interações, detalhar e refinar a forma.	TRANSPOR COMUNICAR	Registro fotográfico de experiências de uso Plano de Coleção Desenhos Técnicos Ilustrações de Moda Editorial Fotográfico Dossiê de Coleção Vídeo

Fonte: Sanches (2019).

Constituído por três ações, a primeira busca contextualizar especificando as diretrizes dentro do universo do usuário, produto e tendência; a segunda, gerar onde são conceituadas as configurações e diretrizes; e a terceira, depurar, avaliando a eficácia das interações, detalhando e refinando a configuração.

A configuração de Montemezzo (2016) tem um olhar mais voltado para o produto de moda, possibilitando a integração de um processo não linear, mas possível de mapear, cujas imagens são norteadoras, sendo registradas por ilustrações, painéis, fotografias e vídeos, em busca de um auxílio projetual e criativo para os produtos.

Ao encontro dessas soluções e configurações, Santos (2009) explana que a abordagem do design está em busca de aprimoramento na relação entre design e usuário, de uma maneira mais sensível, em que o designer tem a possibilidade de explorar diversas formas de proporcionar interações e experiências com produtos. O conceito obedece a um propósito a ser alcançado no projeto, o de evocar significados para os possíveis usuários. Nessa ótica, é possível perceber diferentes formas de ver um problema

de projeto, não apenas focando no produto, mas, sim, em soluções de uma abordagem sistêmica do processo.

Para Warell (2001), o design trata a atividade de projeto com ênfase na relação entre o produto e o homem, fazendo uso de algumas ferramentas não apenas para construir um produto, mas voltadas à semiótica, à ergonomia e aos aspectos intrínsecos a esse produto.

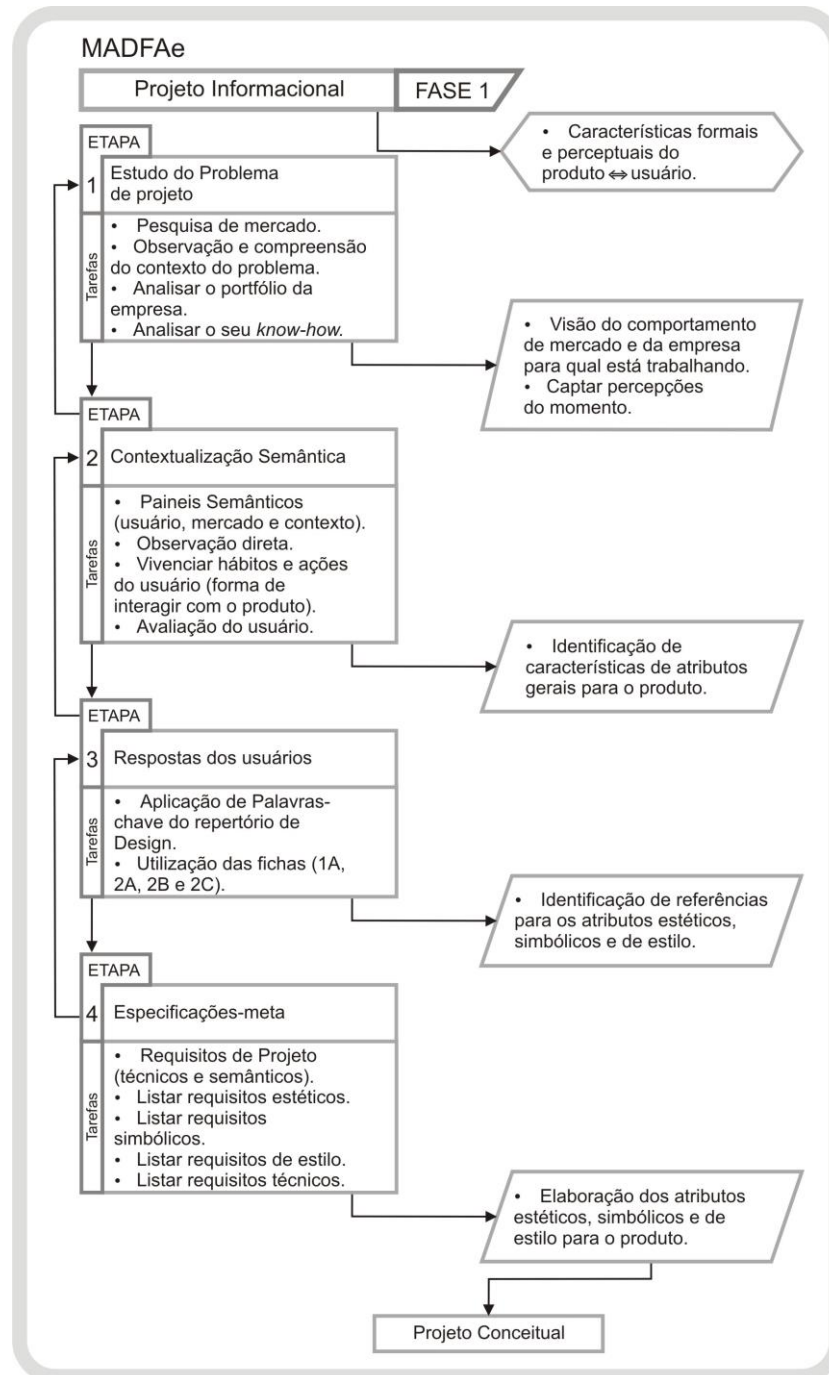
Santos (2009, p. 58) corrobora afirmando que “A linguagem denotada no produto ou sistemas de produtos assume uma dimensão particular e, equipes de projeto e empresas estão se dedicando a esses aspectos”.

Ainda, para o autor, a atividade projetual pode ser auxiliada por um conjunto de métodos e técnicas, contemplando tanto o processo lógico quando o criativo nas fases do projeto, baseadas em conhecimentos teóricos e práticos, em busca de soluções para o problema abordado. Mas o produto não é o único fator a ser explorado, pelo contrário, ele faz parte de um ecossistema que precisa ser abordado e considerado na compreensão de uma solução mais consistente.

Para Burdek (2006), a atividade de design é percebida quando agregada a conceitos e criatividade, combinadas com fantasia cerebral, senso de inovação e técnica, gerando um processo cerebral de métodos que são considerados um processo de design.

O Projeto Informacional proposto por Santos (2009) possibilita uma percepção mais aprofundada de qualidades sobre as características sensoriais, que, muitas vezes, estão empíricas no processo do projeto, mas se documentadas e formalizadas podem informar o signo e significado, tendo em vista a estratégia do projeto abordado. Configurado por materiais de apoio e em duas fases, sendo documental ou visual, por painéis semânticos, anotações e gráficos, o quadro 4 exemplifica o projeto informacional indicado em sua fase 1.

Quadro 3 – Modelo Informacional – Fase I



Fonte: Santos (2009).

O autor salienta que o método serve de apoio não apenas no processo de criação e busca de solução dos problemas em sua fase inicial, mas durante o processo de desenvolvimento do produto pode ser aplicado parcialmente ou em sua totalidade,

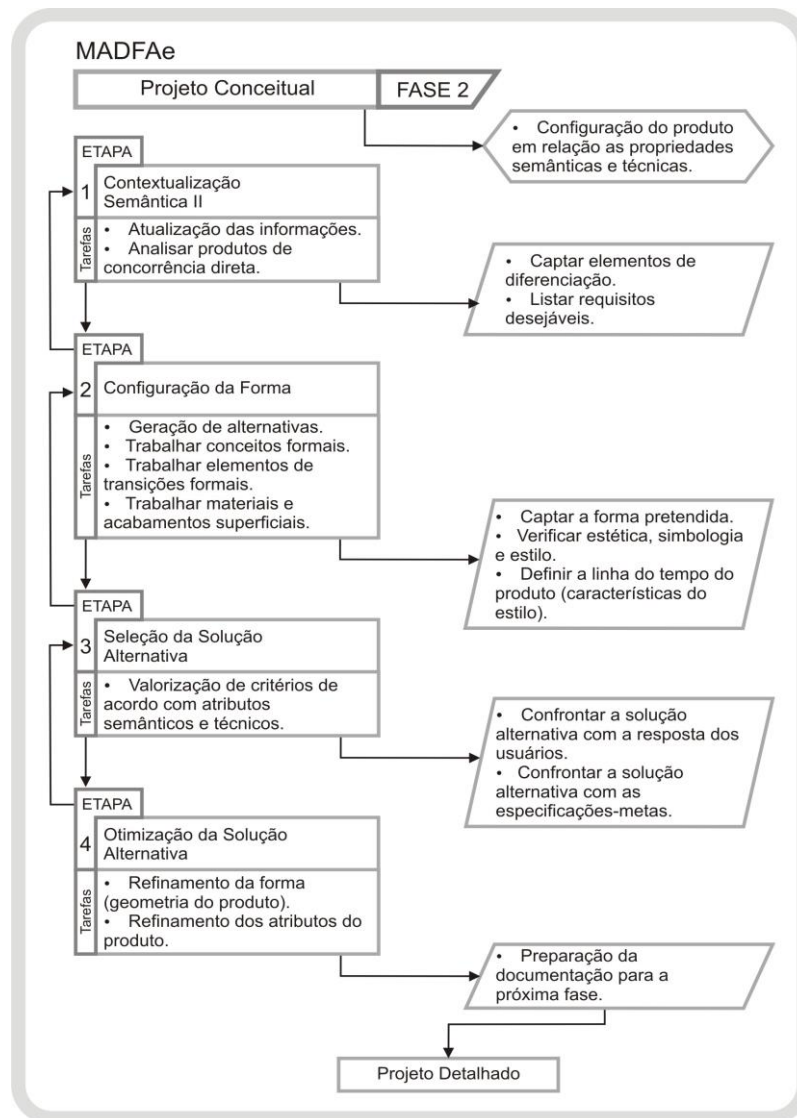
independentemente da complexidade do problema de design, fornecendo, então, um processo não linear e nem fechado ao sistema abordado. Outro objetivo nessa etapa é melhorar a comunicação técnica da equipe, documentando e ilustrando os processos por meio das etapas exploradas.

A fase 2 do Projeto Conceitual tem como objetivo apresentar soluções e alternativas na forma do produto, recorrendo às propriedades semânticas e técnicas pretendidas. Construída com métodos e ferramentas de apoio, esta fase consiste na configuração do novo produto em relação às propriedades semânticas e técnicas, em atributos estéticos, simbólicos, de estilo e técnicos (SANTOS, 2009).

Para o autor, “A dificuldade encontrada nessa fase está em transformar os requisitos técnicos e semânticos em uma ou várias respostas de soluções alternativas”.

Assim, é possível observar, no quadro 5, a segunda fase do quadro conceitual proposto pelo autor.

Quadro 4 – Modelo do processo para a Fase II- MADfAe



Fonte: Santos (2009).

Para o autor, nessa etapa é que se configuram técnicas de representação bidimensional e tridimensional, não apenas para explorar o maior número de soluções e alternativas, mas para possibilitar diferentes enfoques sobre o problema e o refinamento necessário para a estética. Aqui, são compreendidos os aspectos sensoriais e emocionais, sua dimensão simbólica e as funcionalidades do produto. Caso nessa etapa ainda exista dúvida quanto ao estilo do produto, deve-se buscar informações sobre o estilo pretendido, retornando algumas etapas com base nas especificações e metas do projeto.

É possível perceber alguns elementos em comum nas informações dos autores Montemezzo (2016) e Santos (2009) e suas metodologias. Em um primeiro momento, os processos são baseados de forma não linear, possibilitando ao designer um caminho livre para adaptar seus principais fatores, a serem trabalhados de acordo com cada projeto.

Com uma abordagem sistêmica, os pontos abordados pelos autores são focados nos problemas não apenas de produto, mas experiencial, social, econômico, interferindo no local onde estão inseridos.

Nos pontos pesquisados sobre a abordagem sistêmica de design, bem como o potencial criativo dos designers, assim como a importância da abrangência dos processos, pode-se destacar que é essencial a participação destes profissionais nas estratégias de diversas atividades econômicas e sociais. Eles são participantes ativos no contexto da economia criativa, que visa ao potencial da criatividade como diferencial competitivo para as estruturas, quer sejam colaborativas, de micro e pequenas empresas, ou de comunidades locais com iniciativa comercial. Artefatos artesanais, quando percebidos como geração de valor no setor produtivo, possuindo influências socioculturais, terão a oportunidade de tornar-se cultura material e espontânea da economia, possibilitando a integração do consumidor com a sua cultura local, tendo o designer como peça-chave nesse processo de criação e valor do tangível e intangível.

O próximo capítulo tem como objetivo retratar os procedimentos metodológicos aplicados para a realização desta pesquisa. A partir da revisão da literatura, das teorias analisadas e do cenário apresentado, foram estabelecidos esses procedimentos para embasar o processo a ser proposto. Inicialmente, apresentar-se-á a classificação da pesquisa, os procedimentos utilizados para a coleta de dados, a análise dos dados e, por fim, a delimitação da pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Após a revisão das referências bibliográficas, este capítulo descreve o conjunto de procedimentos metodológicos aplicados para a obtenção dos objetivos traçados, que ajudaram na investigação do problema da dissertação, bem como na caracterização das etapas percorridas.

Para uma melhor compreensão dos procedimentos metodológicos, retoma-se o objetivo da dissertação, que é: propor diretrizes projetuais a partir da Abordagem Sistêmica de Design para o processo de desenvolvimento e confecção de tapetes artesanais da região Sul do Estado de Santa Catarina, com base no contexto da Economia Criativa.

3.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA

Essa pesquisa, do ponto de vista da finalidade, caracteriza-se como **aplicada**; quanto à abordagem do problema, é **qualitativa**; em relação aos seus objetivos, **exploratória e descritiva**; e no que tange aos procedimentos técnicos, é conceituada como **bibliográfica e experimental**.

Segundo Almeida (2011), a pesquisa de natureza aplicada utiliza-se de sistematizações de conhecimentos com o objetivo de solucionar problemas organizacionais ou do ser humano e da comunidade. Esta pesquisa trata-se de uma metodologia aplicada, já que o foco é a geração de conhecimento para a resolução de problemas da vida real, envolvendo verdades e interesses locais (PRODANOV; FREITAS, 2013), com o intuito de relacionar-se com um fato que acontece na sociedade e propor soluções para tal.

Para Chizzotti (1991), Creswell (2010), Almeida (2011) e Gil (2014), a abordagem qualitativa tem o ambiente natural pesquisado como fonte direta de dados, sendo estruturada em termos de uso de palavras em vez de números, e de questões abertas em vez de questões fechadas. Assim: “O método qualitativo difere do quantitativo por não utilizar instrumentos estatísticos; e também pela sua forma de coleta de dados, não estruturada, e de análise de dados, a partir de seu conteúdo psicossocial” (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Diante da abordagem do problema, esta dissertação trata-se de uma pesquisa da esfera qualitativa, visto que estabelece, de alguma forma, “uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números” (SILVA; MENEZES, 2005, p. 20).

Diante do exposto, o objetivo da pesquisa apresenta caráter exploratório. De acordo com Gil (2014), este tipo de pesquisa é a primeira etapa de uma investigação mais ampla com a finalidade de “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos”, tendo menor rigidez no processo. Ou seja, tem como objetivo proporcionar uma visão geral de um determinado fato. Ainda, para o autor, o produto final passa a ser um problema mais esclarecido, com procedimentos mais sistematizados. Em complemento, estudos descritivos têm como

objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno ou estabelecer relações entre variáveis (GIL, 1999).

Os procedimentos técnicos proporcionam ao investigador técnicas para o resultado esperado. Para Gil (2014), nem sempre um único método pode ser suficiente para os procedimentos ao longo da investigação. O autor reforça que a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material selecionado, constituída principalmente de livros e artigos científicos que a apoiam. O estudo experimental segue um planejamento, iniciando pela formulação do problema e suas possíveis hipóteses. Para Gil (2007), a pesquisa experimental, ao determinar o objeto de estudo, consiste em selecionar as variáveis que podem influenciá-lo, definir como serão as formas de controle e de observação dos resultados produzidos no objeto.

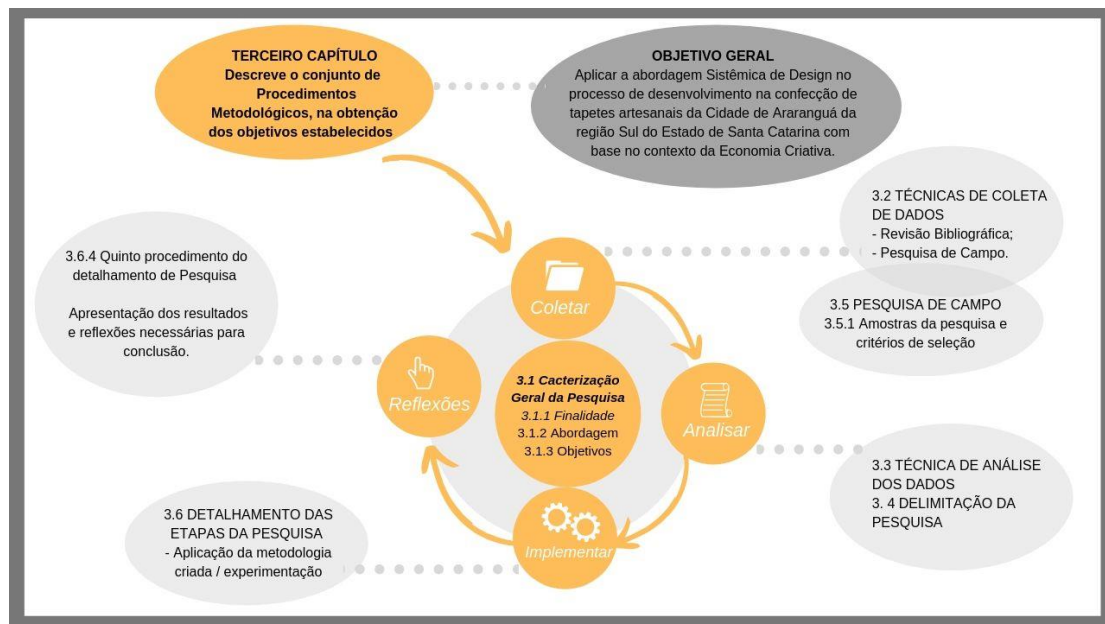
Desta forma, o presente estudo pode ser considerado um estudo experimental, uma vez que irá investigar e promover contato com o grupo selecionado de artesãos, conforme a metodologia a seguir.

3.2 ETAPAS DO PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

As etapas foram organizadas em quatro momentos, sendo subdivididas em mais etapas, com o objetivo de sistematizar a delimitação da amostra e a aplicação da metodologia: Momento 1 – Coletar; Momento 2 – Analisar; Momento 3 – Implementar; Momento 4 – Reflexões.

O momento 1 da pesquisa se deu pela revisão da literatura, por meio da pesquisa bibliográfica, na fase de ‘Coletar’. Ainda nessa fase, a segunda etapa consistiu na pesquisa de campo e delimitação da amostra de pesquisa. Na fase de ‘Analisar’, momento 2, foi elaborado o questionário para a pesquisa e organizada a metodologia de acordo com as necessidades do grupo analisado. No momento 3, ‘Implementar’, foram estudadas as possibilidades de aplicação a partir da experimentação. E, por fim, as ‘Reflexões’, no momento 4, ocorreram a partir da organização dos dados obtidos. As etapas do procedimento metodológico podem ser observadas na figura 08.

Figura 10 – Procedimentos metodológicos da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

3.2.1 Pesquisa bibliográfica

Inicialmente, com a revisão sistemática de literatura, a pesquisa bibliográfica foi segmentada em quatro subtemas: abordagem sistêmica de design, economia criativa, artesanato e processos de design, assim delimitando as referências para a presente pesquisa.

Essa etapa foi de fundamental importância para a pesquisa, possibilitando a discussão teórica dos assuntos relacionados. Desta forma, com a pesquisa bibliográfica foi possível delimitar de forma estratégica a pesquisa.

3.2.2 Técnicas de Coletas de Dados

O roteiro da pesquisa de campo foi organizado em duas etapas, com foco nos fundamentos teóricos e nas informações necessárias sobre o processo de trabalho realizado pelos artesãos, sujeitos da pesquisa de campo. Compilar o máximo de informações foi o objetivo desta etapa, para a compreensão do cenário estudado.

Na primeira etapa, buscou-se levar em consideração, de forma sistemática, o ambiente, região em que os artesãos estão localizados, considerando sua cultura local e costumes.

Na segunda etapa, de acordo com o objetivo da pesquisa e a compreensão da primeira etapa, foi criado um questionário on-line no *Google Forms* (um aplicativo de

administração de pesquisas incluído no pacote de aplicativos do *Google Drive*) para sua aplicação, contendo 8 perguntas estruturadas.

3.2.3 Técnica de Análise dos Dados

Para Marconi e Lakatos (2010, p. 162): “delimitar é estabelecer limites para a investigação”, ou seja, onde a pesquisa será feita e aplicada. Como primeiro ponto para o delineamento da pesquisa, foi realizada a definição dos objetivos, que foram os norteadores, para delimitar e delinear seu alcance.

Para atingir o objetivo dessa pesquisa, foi escolhido o grupo de artesãos do Instituto Federal do Curso de Formação Inicial e Continuada – Tecelão de Tecidos Planos de 80 horas. O grupo tem como principal objetivo ensinar os alunos a “Criar e desenvolver tapetes, mantas, cintos e tecidos rústicos para desenvolver produtos têxteis aplicando técnicas sustentáveis com responsabilidade social”. São 18 alunos inscritos, não sendo obrigatório estar matriculado no IFSC Araranguá como aluno regular dos cursos oferecidos.

Foram levados em consideração 3 pontos importantes para a escolha desse grupo. Primeiro, eles já tinham o hábito de se encontrar semanalmente, o que facilita a participação, e, além disso, possuem uma estrutura completa com os teares; os participantes são da cidade de Araranguá, local de desenvolvimento da pesquisa, e confeccionam, entre outros itens, tapetes, como proposto nessa dissertação; e o terceiro ponto é que o Instituto Federal de Santa Catarina – Araranguá demonstrou interesse na aplicação da pesquisa, desejando, posteriormente, novas parcerias, para dar continuidade ao estudo a partir do engajamento de professores parceiros.

O primeiro contato com a coordenadora responsável foi entre os meses de fevereiro e março de 2020, ficando acordado o primeiro encontro no dia 19 de março de 2020, porém no dia 16 de março foi submetido o Decreto Estadual de Santa Catarina nº 507, dispondo sobre medidas de prevenção e combate ao contágio provocado pelo coronavírus (COVID-19).

De acordo com o Ministério da Saúde do Governo brasileiro (BRASIL,2020), o coronavírus (COVID-19) é considerado uma família de vírus que causam infecções respiratórias. Os primeiros registros que se tem é de 1960, porém nessa última pandemia o primeiro infectado, de forma mais grave, foi em 31/12/19, na China.

Atualmente, o Ministério da Saúde do Governo brasileiro (BRASIL, 2020) justifica que não há vacinas disponíveis contra a Covid-2019, porém há muitos estudos em testes por diversos países. Até 29/10/20, foram confirmados, no mundo, 44.351.506 casos de contaminação do vírus e 1.171.255 mortes, segundo o Ministério da Saúde brasileiro.

Considerando que não há tratamento ideal ainda comprovado para o vírus, os Estados brasileiros e as instituições de ensino tomaram providências específicas para a não contaminação em massa, isolando seus funcionários e alunos. Segundo o comunicado publicado pelo IFSC em 17 de março de 2020, o Comitê Permanente de Gestão de Crises do IFSC informou aos familiares e demais usuários do serviço público que a jornada de trabalho dos servidores deveria ser cumprida de casa, em isolamento social, com isso as aulas presenciais e os atendimentos foram suspensos, num primeiro momento, até o dia 31/03, sendo revogados por mais algumas vezes, quando foi adotada, então, a medida de retomada com aulas on-line pela plataforma Meet (serviço de comunicação por vídeo chamada desenvolvido pelo Google).

Os atendimentos e trabalhos foram todos adaptados para o formato on-line, com previsão de sete dias, porém foram revogados por um período maior. Com isso, o IFSC de Araranguá suspendeu suas aulas e, conseqüentemente, os projetos de extensão também, retornando apenas após o mês de agosto de 2020, ainda de forma on-line.

Frente a estes acontecimentos e às demandas da pesquisa, adotou-se como estratégia a opção on-line de contato e questionários com os atores pesquisados, os artesãos. Num primeiro momento, o contato foi estabelecido em um grupo de WhatsApp que já existia do projeto, por meio do qual foi realizada a apresentação da pesquisa. Num segundo momento, nesse mesmo grupo foi enviado um *link* com o formulário de pesquisa, o qual não foi respondido pelos participantes. A estratégia precisou ser novamente reestruturada, tendo em vista que os participantes, em sua maioria mulheres acima de 45 anos, possuíam dificuldades com o processo on-line.

Foi feito um novo contato particular no WhatsApp, apresentando novamente a pesquisa e convidando para participação, recebendo, então, nesse momento, respostas positivas para iniciar o primeiro encontro, previsto para quinta-feira, 13 de agosto de 2020, às 16h.

Com o grupo formado por 10 mulheres que deram respostas positivas, foi enviado o link de acesso e 7 participaram do primeiro encontro, no dia 13/08/2020, sendo feita,

então, a delimitação da pesquisa com uma entrevista não estruturada, para entender e conhecer melhor os atores presentes, orientando para a aplicação.

3.3 PESQUISA DE CAMPO

De acordo com Fonseca (2002), é possível considerar a pesquisa de campo como uma investigação em que, além da pesquisa bibliográfica, é necessário realizar a coleta de dados junto às pessoas pesquisadas, enquanto recurso de diferentes tipos de pesquisas. Para Gil (2002), são vantagens para o levantamento de pesquisa o modo de conhecimento direto da realidade e a quantificação, quando necessária, com os dados coletados.

A pesquisa de campo foi realizada em três etapas, sendo a primeira com a escolha do grupo a ser pesquisado. Nela, foi levada em consideração a existência já de um grupo formado e o local estruturado para a aplicação das oficinas que seriam realizadas. Também o interesse e apoio da coordenadora do curso de Formação Inicial e Continuada – Tecelão de Tecidos Planos do IFSC Araranguá foi importante para a decisão, programando as oficinas para março de 2020, de forma presencial, no período vespertino.

Foi feita uma visita ao espaço, conhecendo a estrutura em que seria aplicada a pesquisa, como é possível observar os registros feitos pela pesquisadora nas figuras 09 e 10 a seguir.

Figura 11 – Sala de tear do IFSC Araranguá, encontro do grupo de extensão pesquisado



Fonte: Registro feito pela autora (2020).

Figura 12 – Sala de tear do IFSC Araranguá, encontro do grupo de extensão pesquisado



Fonte: Registro feito pela autora (2020).

Os encontros do grupo de extensão aconteciam no laboratório de tecelagem do IFSC Araranguá; cada aluno participante tinha disponível teares e materiais cedidos pela instituição, e, com o apoio dos professores, produziam peças para uso pessoal ou renda própria.

Ainda em março de 2020, na semana que iria acontecer o primeiro encontro com o grupo de artesãos, o Estado de Santa Catarina publicou o decreto estadual nº 515, de 17 de março de 2020, quando foi declarada situação de emergência e solicitada a permanência de todos em casa, como medida preventiva diante da Pandemia que se alastrava pelo mundo, em decorrência da Covid-19.

CONSIDERANDO a avaliação do cenário epidemiológico do Estado de Santa Catarina em relação à infecção pelo vírus COVID-19, bem como a identificação de transmissão comunitária em franca expansão na região sul do Estado, situação que pode vir a ser identificada em outras regiões a qualquer momento, e que culmina na necessidade de restrição drástica da circulação de pessoas. (ESTADO DE SANTA CATARINA, 2020, p. 01).

As aulas do IFSC de Araranguá foram paralisadas, sem previsão de retorno. Assim, nesse período, a pesquisa de campo também precisou ser paralisada, pois não havia previsão sobre o que iria acontecer, se voltariam ou não os encontros presenciais no próximo semestre.

Considerando a situação, o Comitê Permanente de Gestão de Crises do IFSC homologou a suspensão das atividades presenciais (aulas e atendimentos), num primeiro momento, até o dia 31 de março de 2020. A presente pesquisa ainda estava paralisada, aguardando as próximas medidas do Governo Estadual e também do IFSC de Santa Catarina, com a esperança de que os encontros presenciais poderiam voltar de alguma forma.

No dia 06 de julho de 2020 foi publicado um novo comunicado do Instituto Federal de Santa Catarina prorrogando a suspensão das atividades acadêmicas e administrativas presenciais no IFSC e dando novas providências.

Considerando as decisões do Conselho Superior na 30ª Reunião Extraordinária, realizada em 06 de julho de 2020; Art. 1º Prorrogar a suspensão das atividades acadêmicas e administrativas presenciais no IFSC até o dia 31 de dezembro de 2020. (INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA, 2020, p. 01).

Assim, adotou-se, de forma estratégica, para continuação da pesquisa, a aplicação de um questionário de forma on-line, no final do mês de julho de 2020, o qual foi enviado para 18 pessoas participantes de um grupo do WhatsApp do curso Formação Inicial e Continuada – Tecelão de Tecidos Planos do IFSC Araranguá, o qual, no entanto, não foi respondido pelos participantes, mesmo sendo reforçada importância que tinha para a pesquisa.

Foi necessária, então, a realização de uma terceira etapa da pesquisa, a partir da decisão de fazer contato particular em cada WhatsApp das participantes do grupo, explicando e combinando o encontro on-line, para uma pesquisa semiestruturada em grupo na plataforma Meet (serviço de comunicação por vídeo chamada desenvolvido pelo Google), em formato de aula/vivência.

Após a formação do grupo, os encontros foram divididos em mais 3 momentos, constituindo uma metodologia expositiva e sugestões de práticas/experimentações.

3.3.1 Aplicação do Questionário

Para Gil (2008), fazer um questionário é ter como objetivo traduzir por escrito especificações da pesquisa. As respostas obtidas auxiliam o pesquisador a descrever características da população estudada, até mesmo testar hipóteses que foram construídas ao longo da pesquisa. O questionário como investigação é uma técnica composta por questões que são feitas a pessoas com o objetivo de entender sobre crenças, sentimentos, valores, conhecimento, interesse e expectativas sobre determinado assunto.

Ainda para Gil (2008), é possível enumerar uma série de vantagens sobre a aplicação do questionário e algumas limitações em contraponto. Dentre as vantagens: permite a resposta do participante com anonimato, o qual pode responder no momento que for mais conveniente; não expõe os pesquisados à influência e opinião de externos; e é possível atingir um grande número de pessoas, mesmo que dispersas numa área geográfica extensa. Já as limitações que podem ser citadas são: exclui as pessoas que possuem alguma limitação de escrita ou leitura, impedindo o auxílio ou informações necessárias; não garante que a maioria das pessoas devolva o questionário com as respostas devidas; e envolve um número limitado de perguntas, pois já é sabido que questionários muito longos não são devidamente respondidos.

Diante das mudanças de estratégia desenvolvidas para essa pesquisa, o questionário, no segundo momento, de forma on-line, foi aplicado no grupo de

WhatsApp dos artesãos pelo link do Google Forms (aplicativo de gerenciamentos de pesquisa pelo Google). Ao total, 18 pessoas tiveram acesso ao *link*, porém nenhuma resposta foi efetivada em duas semanas. Composto por 10 perguntas estruturadas, o motivo de aplicação do questionário foi explicado ao grupo diversas vezes.

Observou-se que os participantes, em sua maioria acima de 45 anos, não possuíam habilidade on-line, não entendendo como funciona a pesquisa on-line e qual sua importância. Como estratégia, então, adotou-se a opção de conversa em particular com cada uma, explicando a pesquisa e convidando para um encontro do grupo de forma on-line.

3.3.2 Amostras e detalhes da pesquisa

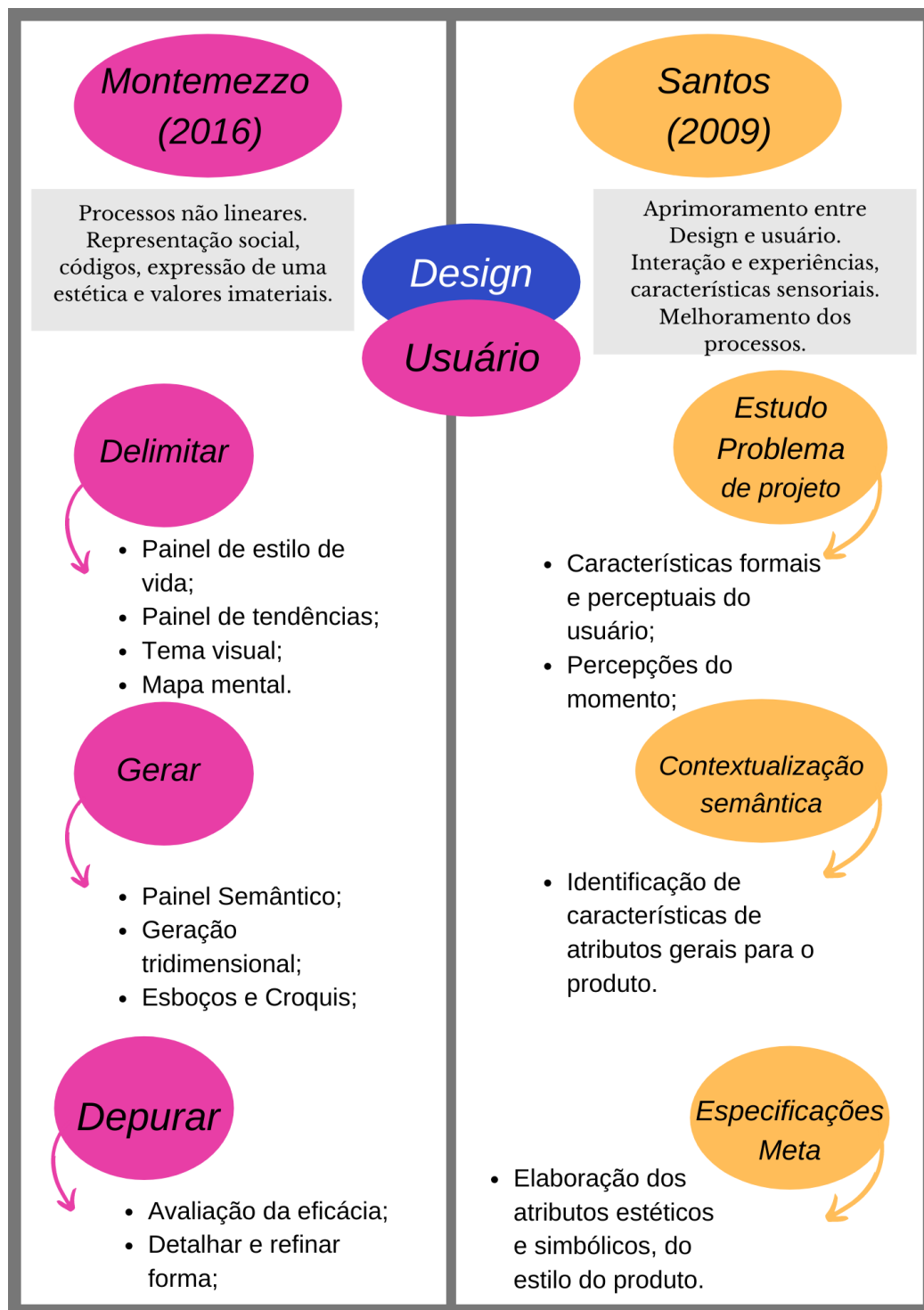
Dentre as participantes que responderam ao contato on-line via WhatsApp, foi selecionado para trabalho um grupo de artesãs de tapetes da cidade de Araranguá com características de trabalho parecidas e com objetivos semelhantes, a fim de produzir e participar da experimentação do resultado da pesquisa.

Para tanto, foi realizada a busca por estudos publicados, tendo como base as questões da pesquisa formulada, avaliando e sintetizando suas respectivas contribuições. Esta seção está constituída a partir do desenvolvimento da pesquisa, baseando-se nos dois autores apontados na seção ‘Processos de design’: Montemezzo (2016) e Santos (2009).

Diante das abordagens sistêmicas em processos de design apontadas nas referências bibliográficas e a materialização de produtos, buscou-se entre os dois autores escolhidos em processos de design pontos comuns para a concretização dessa pesquisa. Na imagem 8, é possível observar os pontos encontrados em convergência com as metodologias apontadas pelos autores selecionados como base para a integração e interatividade com os artesãos.

Logo após, a extração das principais informações em comum foi dividida em 3 etapas: fase analítica; fase criativa; fase executiva, baseadas no método cíclico proposto por Archer (1994), como é possível observar na figura 9.

Figura 13 – Infográfico com pontos extraídos de Montemezzo (2016) e Santos (2009)



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Figura 14 – Organização das informações extraídas dos autores ajustando para a realidade da pesquisa nas fases: analítica, criativa e executiva

ANALÍTICA	<p><i>Montemezzo (2016)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tema visual; • Mapa mental; 	<p><i>Santos (2009)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Características formais e perceptuais do usuário; • Percepções do momento;
CRIATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Painel de tendências; • Painel de estilo de vida; • Painel Semântico; • Esboços e Croquis; 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificação de características de atributos gerais para o produto.
EXECUTIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação da eficácia; • Detalhar e refinar forma; 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração dos atributos estéticos e simbólicos, do estilo do produto.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O processo analítico pauta-se nas percepções dos atributos simbólicos que os artesãos estão inseridos, percebendo também os estéticos e trabalhando painéis semânticos apresentados às artesãs com a nomenclatura *Moodboard*. Na fase criativa, busca-se a estimulação cognitiva das participantes, com o incentivo da geração de esboços e o incentivo à inovação, ao sair do óbvio, e, em terceiro lugar está a fase executiva de experimentação em protótipos de produtos artesanais, com base em confecção de tear.

Diante da problemática e dos acontecimentos da pandemia mundial de COVID-19, o detalhamento da pesquisa se restringiu à disponibilidade do grupo e também afeição às ferramentas digitais que seriam necessárias no momento.

Os critérios de seleção para a participação dos encontros de pesquisa foram:

- a) Ter o conhecimento da base do tear de tapetes;
- b) Estar disponível de forma on-line nas datas previstas (agosto de 2020);
- c) Conhecer a plataforma em que seriam feitos os encontros, possuindo as ferramentas tecnológicas necessárias (celular ou computador).

Diante do detalhamento da pesquisa orientado pelas metodologias dos autores Montemezzo (2016) e Santos (2009), a pesquisadora elaborou um mapa mental contendo o objetivo dos encontros com as artesãs participantes.

Os encontros foram planejados com o objetivo de potencializar o conhecimento tácito das participantes, compreendendo suas formas de trabalhar, bem como envolvendo-as com a teoria e a prática da criatividade e a criação de produtos artesanais, baseados por um processo não linear, a partir de uma abordagem sistêmica do design, e principalmente com o objetivo de percepção de comportamento dos autores pela pesquisadora, como é possível observar na imagem a seguir:

Figura 15 – Mapa mental digital para atender à demanda on-line



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Encontro 1 – Fase Analítica:

Objetivo: Apresentar a metodologia que será utilizada, expor o objetivo da pesquisa e entender como é a realidade das participantes, a partir da observação das características formais e perceptuais.

Tema: Abordagem do assunto criatividade, envolvendo a importância de sair da zona de conforto e o fato de que todos somos criativos, potencializando a identidade de cada artesã com suas percepções próprias, estilo individual.

Tarefa: Mapa mental com resultado de um mapa visual, contendo imagens e referências pessoais de cada artesã.

Encontro 2 – Fase Criativa:

Objetivo: Realizar um momento de partilha para entender as experiências das participantes, com percepções recorrentes do processo da fase analítica; identificar características de atributos gerais dos produtos.

Tema: O que é pesquisa e como aliar as referências aos seus estilos pessoais e entender sua identidade.

Tarefa: Pesquisar em diversas ferramentas a tendência de mercado, atribuindo e complementando o painel semântico.

Encontro 3 – Fase Criativa:

Objetivo: Entender como está o processo criativo de cada participante diante da experiência da fase criativa. Mostrar a importância do esboço para a inovação.

Tema: Novas possibilidades de criação com a base do tear, exercitando a partir de esboços e permitindo modelos de inovação de produto ou processos.

Tarefa: Criar esboços, bem como novos experimentos a partir da base de tear.

Encontro 4 Fase Executiva:

Objetivo: Recapitular o que foi visto e entender como foi o processo de criação do produto inovador proposto para as participantes.

Tema: Discussão sobre a experiência de inovação de produto ou processos.

Tarefa: Compreender as diferentes formas que podemos inovar a partir de uma base já existente. Nesse caso a base do tear de tapetes.

Com a programação da aplicação da pesquisa de campo demonstrada nesse capítulo, os registros foram analisados e discutidos no capítulo 4.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir do planejamento metodológico e da pesquisa realizada, a análise e discussão dos resultados foram divididas em dois subcapítulos: o primeiro versará sobre a aplicação dos encontros com as artesãs de forma on-line; e o segundo, a respeito das observações necessárias e informações obtidas das participantes e elementos bibliográficos na pesquisa, traçando aproximações e distanciamentos, permitindo compor o modelo conceitual de Abordagem Sistêmica de Design nos produtos artesanais.

4.1 RESULTADO DA ANÁLISE DA APLICAÇÃO DOS ENCONTROS COM AS ARTESÃS

Foi possível observar, no primeiro encontro, realizado no dia 13 de agosto de 2020, que as 10 participantes presentes não possuíam habilidade com a ferramenta digital Google Meet, mas desejavam ter uma experiência nova. Muitas alegaram desânimo por conta da pandemia e saudade das rotinas e encontros semanais. Nem todas possuíam tear em casa, o que dificultava a rotina de continuar as confecções de tapetes. Assim, algumas passaram a criar outros tipos de artesanato, como uma forma de escape durante o período de confinamento da pandemia e também para uma renda extra, ou até mesmo sua renda principal.

De forma expositiva, foi apresentado às artesãs o conteúdo sobre criatividade e como ele pode ser explorado com suas referências pessoais, potencializando a identidade

peçoal de cada uma no momento de criação de peças artesanais, como algo que está implícito em cada ser humano mas que, por algum motivo, deixa de ser explorado, seja por iniciativa própria ou com o meio em que está se relacionando.

Os *slides* foram criados de forma ilustrativa para uma melhor comunicação no meio on-line. Buscou-se, ainda, uma linguagem de simples entendimento, sem termos técnicos, como é possível observar na figura 12 e nas demais que estão sendo apresentadas ao decorrer deste capítulo.

Figura 16 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs

The slide has a light beige background. On the left side, there is a square image showing a close-up of a hand with a blue eye, holding a paintbrush and applying colorful paint. The title 'Porque muitas vezes não me sinto criativa?' is written in a dark red, italicized serif font. Below the title, the text 'Nosso **cérebro é biologicamente programado para poupar energia**, e a criatividade, diferente do senso comum, pode demandar bastante esforço do indivíduo.' is displayed in a dark red sans-serif font. Further down, another paragraph in the same font reads: 'Para se manter criativo, é preciso pensar fora da caixa, criar o **hábito de sair da sua zona de conforto**, se expor a novos estímulos e explorar novas realidades constantemente. No entanto, essa inclinação natural à economia de recursos faz com que a maioria das pessoas se acomode aos padrões da sua rotina.' At the bottom right, the text 'Flores Florais de Papel 2020' is written in a small, dark red sans-serif font.

Porque muitas vezes não me sinto criativa?

Nosso **cérebro é biologicamente programado para poupar energia**, e a criatividade, diferente do senso comum, pode demandar bastante esforço do indivíduo.

Para se manter criativo, é preciso pensar fora da caixa, criar o **hábito de sair da sua zona de conforto**, se expor a novos estímulos e explorar novas realidades constantemente. No entanto, essa inclinação natural à economia de recursos faz com que a maioria das pessoas se acomode aos padrões da sua rotina.

Flores Florais de Papel 2020

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Nesse momento na fase analítica do processo, a valorização cultural também foi pertinente para a discussão com as artesãs, conectando a pesquisa de forma sistêmica ao local onde vivem, suas histórias e percepções sobre o todo.

Figura 17 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Foi usada a metodologia expositiva de conteúdo, porém com a interação das participantes, colocando seus pontos de vista e as percepções necessárias a partir da delimitação da pesquisa e assuntos pertinentes. Nas figuras 14 e 15 a seguir há os registros da gravação do primeiro encontro on-line realizado pela plataforma Google Meet:

Figura 18 – *Print da vivência on-line pela plataforma Google Meet*



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Estar em contato com as artesãs de forma on-line não era o objetivo inicial, mas a plataforma possibilitou a interação necessária para entender a realidade atual que estão vivenciando com seus trabalhos artesanais. Algumas alegaram que os trabalhos manuais estavam sendo feitos de forma terapêutica e que aproveitaram o momento para aprender outras formas de mistura de materiais.

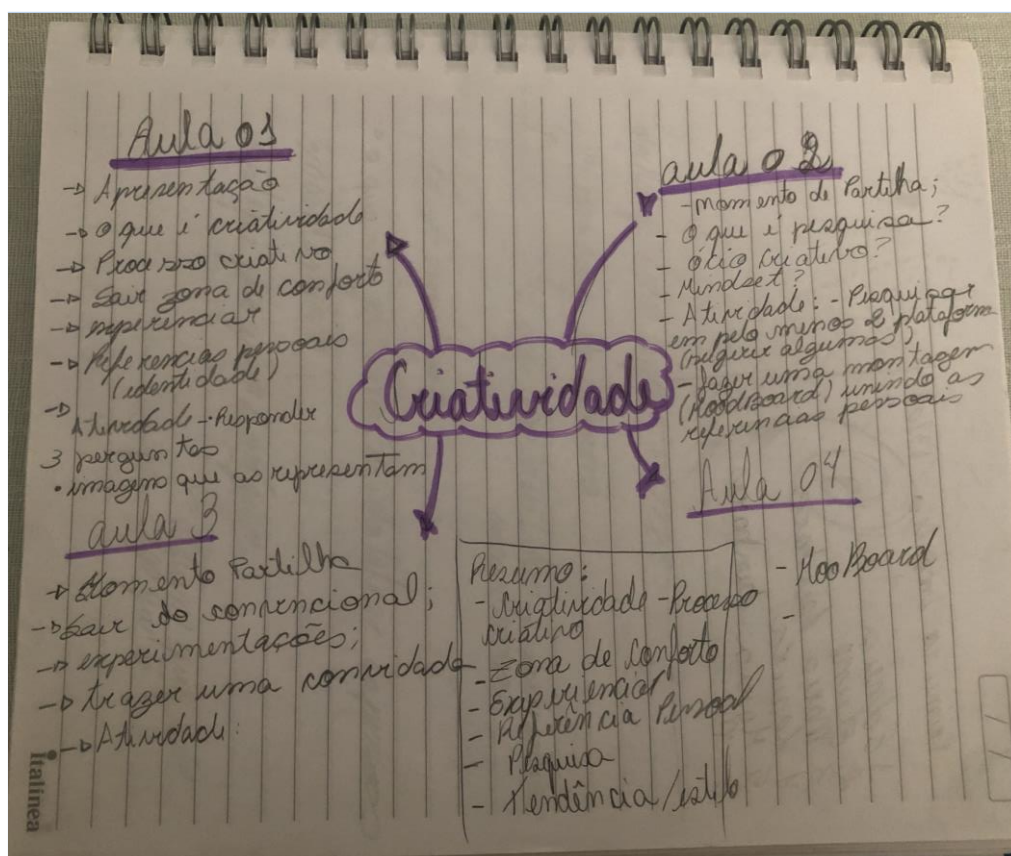
Figura 19 – Print da vivência on-line pela plataforma Google Meet



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

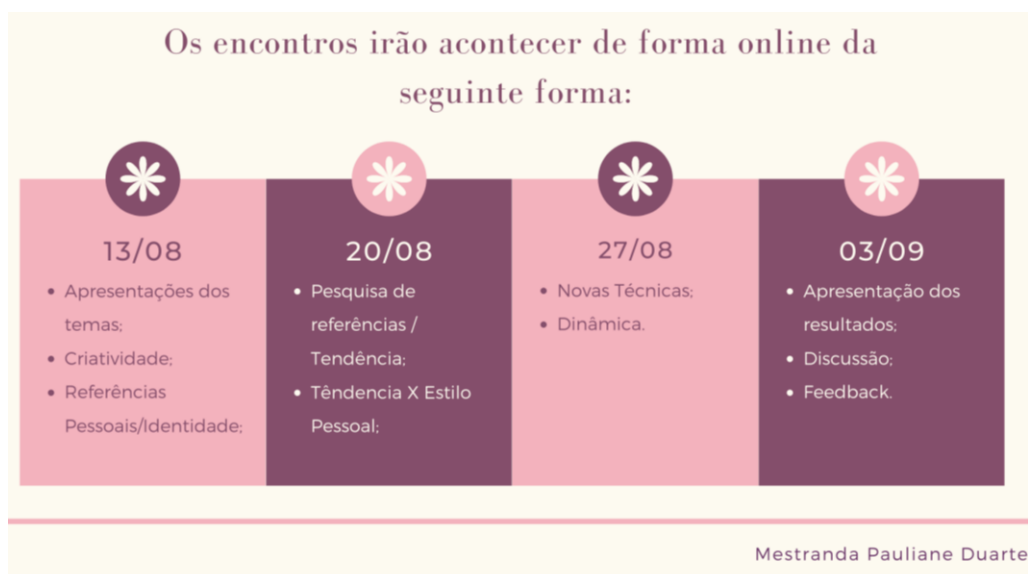
Após o primeiro encontro com o grupo, no dia 13 de agosto de 2020, algumas observações foram feitas pela pesquisadora, reestruturando o mapa mental: em um primeiro momento, de forma manual, como é possível ver na figura 15; e logo de forma digital, em forma de cronograma, conforme é possível observar na figura 16, este apresentado para as mulheres entenderem a metodologia e os assuntos que seriam abordados.

Figura 20 – Mapa mental reestruturado após primeiro encontro on-line



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Figura 21 – Cronograma feito e passado para as artesãs



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Algumas alterações foram necessárias para a aplicação da metodologia, que ocorreu de forma semiestruturada, tendo como objetivo a observação comportamental das participantes. A partir do segundo encontro, sentiu-se a necessidade de reestruturar a forma de abordar o tema, tendo em vista as particularidades do grupo, momento atual da sociedade e percepção da pesquisadora, conforme apresenta a tabela a seguir.

Tabela 1 – Planejamento refeito após o primeiro contato com as artesãs, descrição programação

Planejamento dos Encontros Online com as artesãs a partir do primeiro contato online com as participantes	
a) Encontro 2 <u>Fase Criativa</u> 20/08/20	Momento de partilha de forma inicial para entender como foi a experiência durante a semana. Abordou-se: Tipos de pesquisa, tendência, como é a jornada de um projeto experimental/inovador e por último sobre <i>Moodboard</i> , exposto também como painel semântico de acordo com os autores Montemezzo (2016) e Santos (2009).
b) Encontro 3 <u>Fase Criativa</u> 27/08/20	O terceiro encontro inicia novamente com partilha entendendo a experiências das artesãs. Ainda na fase criativa, compreender a importância da

	experimentação, do rascunho, para que haja a inovação no ato de fazer, entendendo as identificações e características dos atributos selecionados.
c) Encontro 4 <u>Fase executiva</u> 03/09/20	Fechamento, com a partilha em grupo. Recapitular sobre a jornada de criação de um produto; entender como foi a experiência. Apresentação de resultados, extraindo informações necessárias da fase executiva.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Nesse momento, foi feita a descrição das vivências on-line com as artesãs, a partir do segundo encontro, pela plataforma Google Meet, por estratégia da pesquisadora após o início da pandemia mundial de COVID-19. Como descrito anteriormente, foi aplicada a metodologia expositiva com interação dos atores pesquisados, sendo eles o ponto central da pesquisa.

a) Segundo Encontro: Observou-se, dentre as que estavam presentes, uma melhor interação pela plataforma, mas ainda algumas dúvidas, como, por exemplo, o uso do microfone na hora da partilha, mas este não foi um fato limitante para a vivência.

O número de participantes foi menor a partir do segundo encontro, sendo reduzido pela metade: 5 artesãs. Estas compartilharam que puderam observar, durante a semana, um processo diferenciado de criatividade nas atividades gerais da rotina, tendo um olhar mais cuidadoso para sair da zona de conforto e, de forma mais crítica, observar suas atitudes.

Para a vivência do segundo dia, o tema principal foi ‘pesquisa’, sendo esta referenciada por uma tendência e apoiada em um estilo pessoal, compreendendo um olhar mais criterioso no momento de criar um novo produto artesanal. Foi abordada a fase criativa, contendo os elementos citados por Montemuzzo (2016), painel de tendências e estilo de vida, aliando-os às informações de atributos dos produtos citados por Santos (2009)

A figura 17 apresenta parte da aula expositiva sobre pesquisa, quando foram apresentadas para as artesãs novas formas e metodologias, como é possível verificar também na figura 18, que traz um caminho a ser seguido em um desenvolvimento de

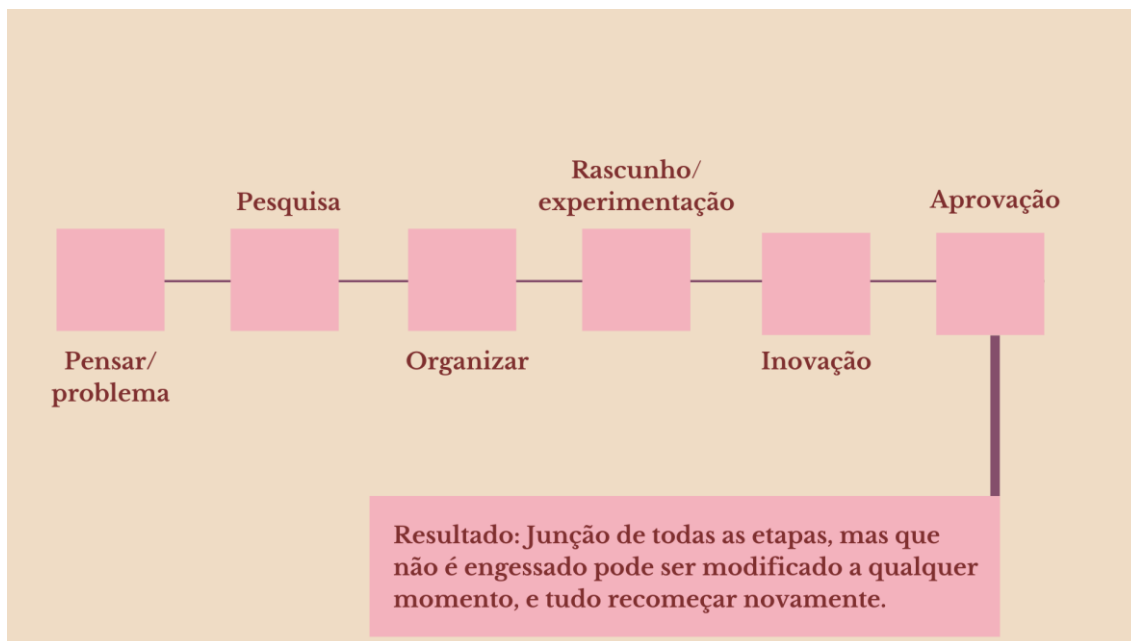
produto, caminho este nem sempre linear e que deve levar em consideração os fatores externos, visto que, ao se criar um produto, este tem um processo a ser considerado e sempre melhorado.

Figura 22 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

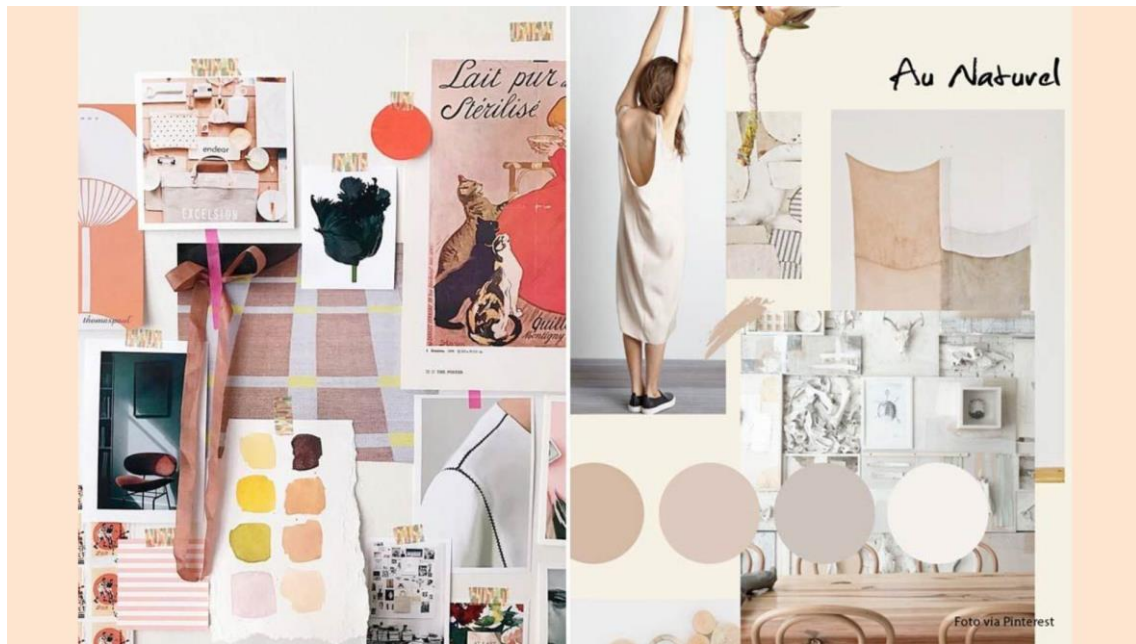
Figura 23 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Foi apresentada a ferramenta de *Moodboard*, mas também referenciada como Painel Semântico, considerada pelos autores Montemezzo (2016) e Santos (2009) como uma possibilidade de personificar seu estilo e pesquisa de tendência, trazendo as referências visuais necessárias para os produtos a partir do painel.

Figura 24 – *Slide* usado no primeiro encontro com as artesãs



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Todas alegaram não conhecer as ferramentas apresentadas, mas compartilharam algumas formas que colocam em prática no momento de pesquisar um novo produto.

b) Terceiro encontro: Foi possível constatar que no terceiro encontro as artesãs já possuíam maior familiaridade com a ferramenta. No momento inicial, foi feita uma partilha, em que elas compartilharam com o grupo como estava sendo a experiência até então. Sentiu-se a necessidade de revisar o material integrando o objetivo da pesquisa, como é possível observar na figura 20 a seguir. Foi exposto sobre a importância de rascunhar o projeto, entendendo seus processos iniciais, que não são de forma definitiva, mas possibilitam uma experimentação mais eficiente e provocam a inovação de métodos e produtos.

Figura 25 – Slide usado no primeiro encontro com as artesãs



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A importância do rascunho e da experimentação foi ilustrada e defendida para que as artesãs compreendessem que nem todo projeto inicia e termina da mesma forma, mas precisa de processos que devem ser validados e compreendidos e podem continuar ou não.

Figura 26 – *Slide* usado no primeiro encontro com as artesãs



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O terceiro encontro foi encerrado com um convite para que as artesãs experimentassem uma nova forma de criar, praticar o rascunho e, de alguma forma, aplicar a experimentação compreendendo um modelo inovador de fazer produtos com o tear de tapetes.

Figura 27 – *Slide* usado no primeiro encontro com as artesãs



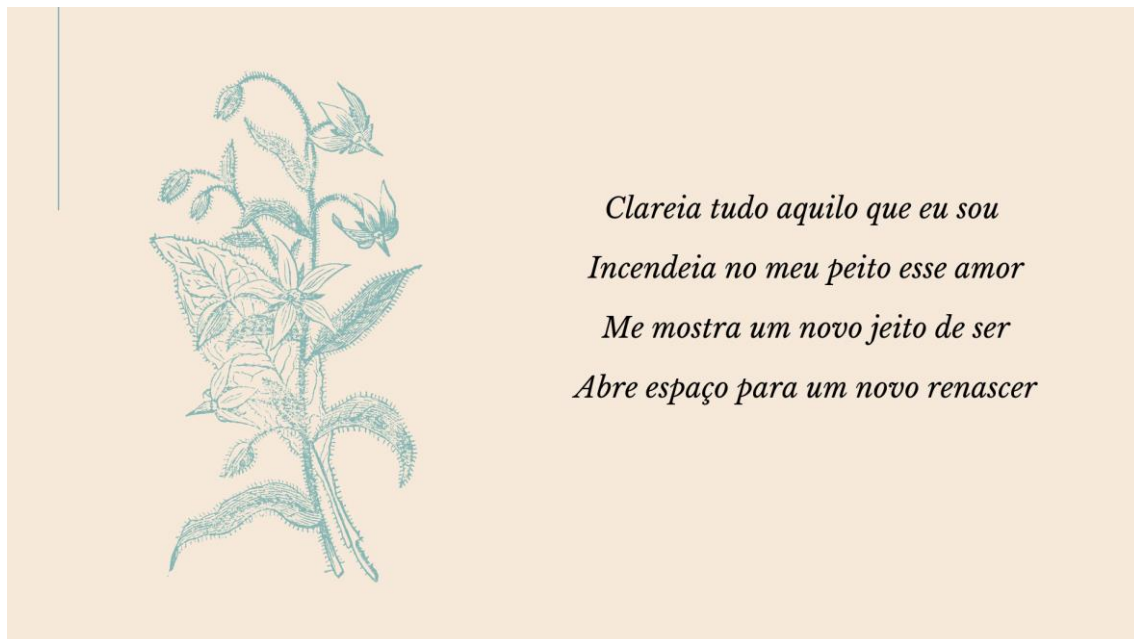
Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Ficou acordado, para o último encontro, que seriam apresentadas novas possibilidades de produtos a partir da base do tear, de forma on-line na vivência.

c) Quarto encontro: A última vivência não ocorreu de forma expositiva, com conteúdo planejado. O objetivo principal desse encontro foi observar as percepções das artesãs com suas experiências até então na pesquisa e entender como havia sido o processo de criação de um novo produto diante das atividades propostas. Nesse momento, estavam presentes 4 participantes, que compartilharam seus artefatos artesanais.

Aplicou-se, ainda, um momento de reflexão quanto aos trabalhos que elas desempenham, que são importantes para o fomento da cultura na região, com o objetivo de empoderamento das participantes, como é possível observar na figura 23, usada para um momento de meditação e introspecção na última vivência.

Figura 28 – *Slide* usado no primeiro encontro com as artesãs



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

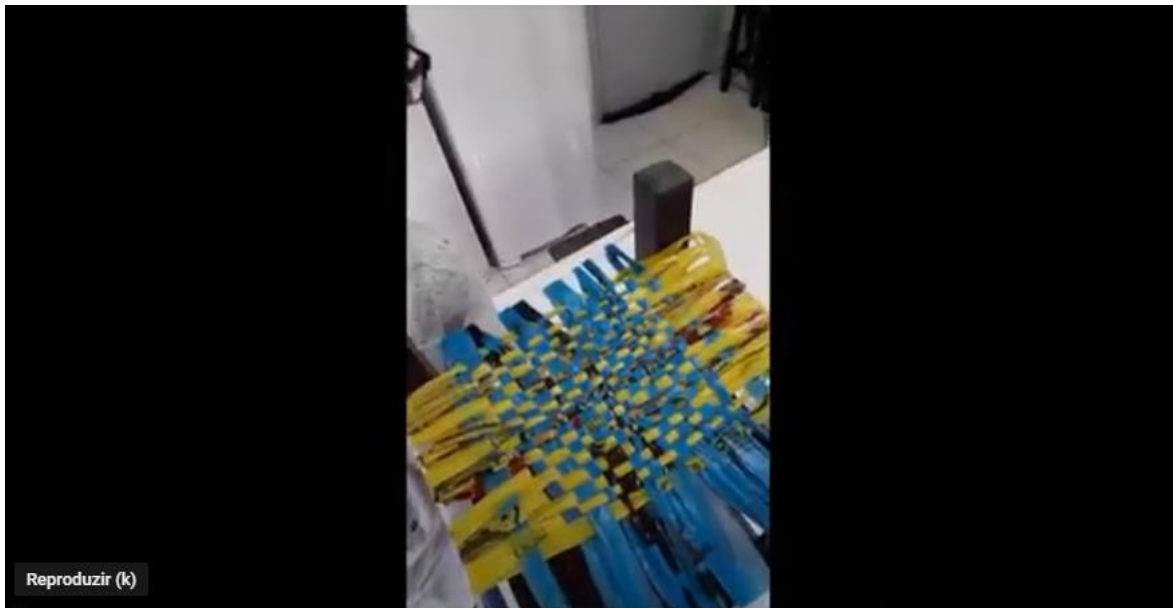
Figura 29 – *Slide* usado no último encontro, revisando conteúdo



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Ainda no quarto e último encontro, foi recapitulado, em forma de revisão, o que foi abordado nas vivências, abrindo um espaço entre o grupo para que fosse possível a discussão do conteúdo e o que foi absorvido. Nas figuras a seguir, é possível observar a interação das artesãs no grupo, mostrando o resultado obtido com as vivências, a partir de novos produtos diante da base do tear.

Figura 30 – Produto sendo feito pela artesã



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Como não possuíam o tear em casa (este era cedido pelo IFSC de Araranguá para se exercitarem durante os encontros), as artesãs usaram o conhecimento do tear potencializado com outros materiais e planos, como, por exemplo, na figura que a artesã mostra uma base de tear feita com material de plástico em um protótipo de banco.

Na próxima imagem, na figura 26, a artesã expõe seu produto ainda inacabado, uma mandala com base na tapeçaria, feito em um tear de papelão confeccionado por ela, com cores e formas que foram apresentadas em seu *moodboard* feito no início do projeto.

Figura 31 – Produto sendo feito pela artesã



Fonte: Elaborado pela autora (2020).
 Figura 32 – Produto feito pela artesã



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Na figura 27, a artesã apresenta uma bolsa feita com o tear. Ela possui a ferramenta de trabalho em casa, usufruindo de uma boa experiência. A artesã usou a base de um tapete pequeno, confeccionando uma bolsa que já comercializa o produto, e também apresentou outro artefato artesanal, que será mostrado na próxima seção, com os resultados e discussão.

Realizada a apresentação dos encontros, julga-se que há as informações necessárias para a discussão que se observa a seguir, a partir do resultado da aplicação das vivências com as artesãs.

4.2 DISCUSSÃO E RESULTADOS DA APLICAÇÃO DOS ENCONTROS COM AS ARTESÃS

No quadro a seguir, podem ser observadas as colocações feitas e transcritas das vivências pelas artesãs participantes (as que participaram de todos os encontros e que produziram as peças propostas), o que são observações necessárias para a discussão dos resultados e também para a construção da abordagem sistêmica.

Quadro 5 – Percepções e colocações das artesãs sobre as vivências

1. Artesã A	“Eu acho que se fosse encontros presenciais seria bem melhor, tenho dificuldade com os meios eletrônicos, precisei pedir ajuda para os filhos em casa, mas deu certo. Achei interessante sobre a pesquisa e estilo pessoal. Já tenho costume em misturar coisas e criar novos produtos artesanais, isso é uma terapia pra mim. Como não tenho tear em casa, eu acabei fazendo algo alternativo. Os encontros foram importantes nesse momento de pandemia, mesmo sendo online e ainda com a saudade do grupo que tínhamos. Espero que isso passe logo.”
2. Artesã B	“Foi muito legal participar, eu estava desanimada por ficar só em casa, com a pandemia, e com saudade dos encontros com o grupo. É uma pena que não tenho o tear em casa, mas consegui fazer um produto que representa muito que estou

	sentindo agora. Estou querendo assumir um novo lado meu que representa muito esse produto. Aprendi coisas novas e estou conseguindo colocar em prática não apenas com o artesanato, mas na minha vida, como, por exemplo, sair da zona de conforto.”
3. Artesã C	“Eu já costumo fazer muitos materiais de artesanato, vivo disso. Gostei bastante das aulas, mesmo sendo online e tendo muita dificuldade em entrar. Mas acredito que pode ser uma nova opção a partir de agora, né, com essa pandemia. Eu gosto muito de misturar novos materiais, e os encontros me deram ainda mais inspirações.”
4. Artesã D	“Estava com saudade dos encontros com as artesãs; as tardes que tínhamos juntas eram muito produtivas. O encontro online não é o mesmo, mas ajudou muito para trazer uma nova visão para minha criatividade, que preciso resgatar. Não estou fazendo muitos produtos de teares, mas o crochê está sendo uma forma importante de terapia nesse momento de pandemia. Usei as aulas nos meus produtos de crochê.”

Fonte: Criado pela autora (2020).

Diante da experiência vivida pela pesquisadora e também das colocações feitas pelas artesãs, foi possível destacar a importância do meio coletivo para a construção do conhecimento e crescimento de uma atividade. O fortalecimento de um grupo é intrinsicamente colocado como ponto principal de partida para a geração de ideias e pontos emocionalmente derivados do coletivo para a criação de novas possibilidades.

A teoria exposta nessa pesquisa inicia pela abordagem sistêmica de design, que valoriza o meio onde a sociedade apresenta seus resultados. Bonsiepe (2011) afirma que ocorre uma busca pela coerência enquanto produção da abordagem do design como um dos critérios de satisfação da sociedade, resultando na estimulação de inovação social, numa percepção sistêmica que caracteriza o design na contemporaneidade.

Para Krucken (2009), um dos principais desafios é modificar as diversas formas de pensar e experimentar soluções e questões sociais de alta complexidade nos projetos envolvidos com uma visão mais ampla, direcionando serviços, novos produtos, de modo que estes ocorram de uma forma sustentável.

Para tanto, o embasamento na Economia Criativa, área abordada nesta pesquisa, contribui para se referenciar a importância de uma economia voltada para bens intangíveis, que constrói a cultura de uma região, potencializando criatividade e geração de inovação regional.

O conceito de Economia Criativa tem se consolidado no mundo, refletindo a mudança de paradigma de uma economia menos centrada no tradicional modelo industrial e mais ligada à geração de ideias, à criatividade, ao talento, ao desenvolvimento de projetos comuns entre uma rede de atores, o que pressupõe uma estreita aliança entre a economia e a cultura, além da possibilidade de consolidação de um desenvolvimento efetivamente sustentável. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011, p. 21).

A economia como uma área de constante evolução possui diversos modelos, sendo um deles a economia de redes, as quais podem ser referenciadas pelo conhecimento, criatividade, modelos organizacionais, inovação e cultura. O desenvolvimento social não é pautado apenas em lucro e crescimento econômico, mas pode ser ressaltado pelo fortalecimento do saber cultural, em que os principais atores são a população de um determinado grupo.

O artesanato como fonte de saber inato de uma cultura local uma é poderosa ferramenta para a criação de uma rede baseada na Economia Criativa, quando potencializado por metodologias ativas, como a abordagem sistêmica de design, que coloca o artesão como ponto principal, valorizando o que compõe sua realidade ao redor. Isto proporciona um crescimento, primeiro, aos artesãos e, posteriormente, reflete na sociedade em que vivem.

Nas figuras a seguir, serão apresentadas amostras dos resultados de cada participante (as que estiveram presentes em todos os encontros e concluíram com os protótipos de produtos), fundamentando o próximo capítulo com a proposta de uma

abordagem sistêmica de design para o fortalecimento do artesanato de tapetes da cidade de Araranguá, Sul de Santa Catarina.

Artesã A

A artesã aplicou a base do tear em materiais alternativos, prototipando novas formas e produtos, como é possível observar nas figuras 28 e 29. Não aplicou a ferramenta de *moodboard* apresentada na vivência.

Figura 33 – Caixa feita com a base do tear de tapetes, de papelão reciclável



Fonte: Elaborado pela artesã A (2020).

Figura 34 – Base de um banco, feita com fundamentos do tear, de plástico



Fonte: Elaborado pela artesã A (2020).

Artesã B

A artesã criou um *moodboard* através das vivências sobre pesquisa, e a partir dele criou dois protótipos artesanais: um com a base em crochê e outro com a base em tear, feito de forma caseira de papelão, como é possível observar nas figuras a seguir.

Figura 35 – *Moodboard* feito pela artesã B, por meio da vivência sobre o processo de pesquisa



Fonte: Elaborado pela artesã C (2020)

Figura 38 – Protótipo criado pela artesã: reaproveitamento de um cesto e uma bolsa



Fonte: Elaborado pela artesã C (2020)

Artesã D

A artesã criou um moodboard por meio das vivências sobre pesquisa, e dele fez um protótipo em crochê, conforme consta nas figuras que seguem.

Figura 39 – *Moodboard* criado pela artesã D



Fonte: Elaborado pela artesã D (2020).

Figura 40 – Produto criado pela artesã D



Fonte: Elaborado pela artesã D (2020).

5 RESULTADOS DA PROPOSTA SISTÊMICA DE DESIGN

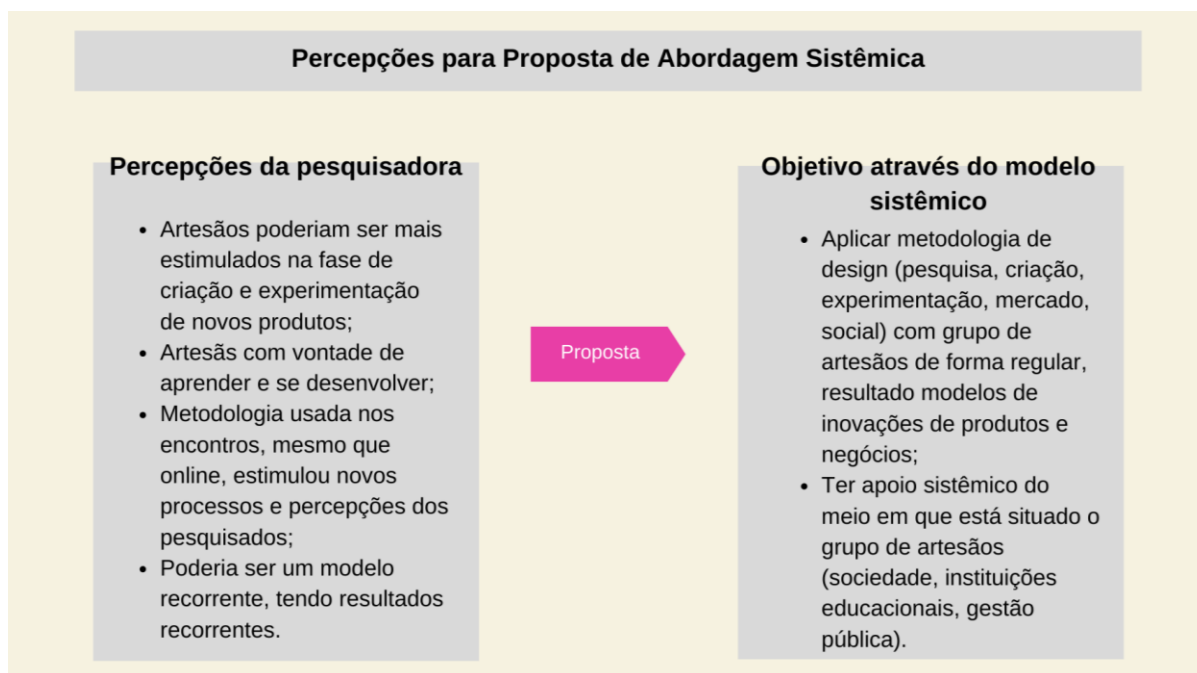
Em uma sociedade dinâmica e pluridisciplinar, é desafiador apontar apenas um processo na estruturação de uma cultura local. Para Manzini (2009), é necessário alinhar vários fatores para a criação de um produto baseado em uma abordagem sistêmica: o

ambiental, o social, econômico e o estético, compreendendo o contexto histórico e territorial a que pertence o artefato ou serviço criado.

Diante das adversidades encontradas na presente pesquisa, expostas nos capítulos anteriores, e com a experiência obtida por meio das vivências, foi possível alinhar algumas observações, as quais são necessárias para uma proposta Sistêmica de Design no processo de desenvolvimento e confecção de tapetes e outros artefatos artesanais na cidade de Araranguá, no Sul de Santa Catarina, com base no contexto da Economia Criativa.

Na figura a seguir, são apresentadas as principais observações que foram necessárias para a construção da proposta deste capítulo.

Figura 41 – Principais percepções após a experiência com as artesãs



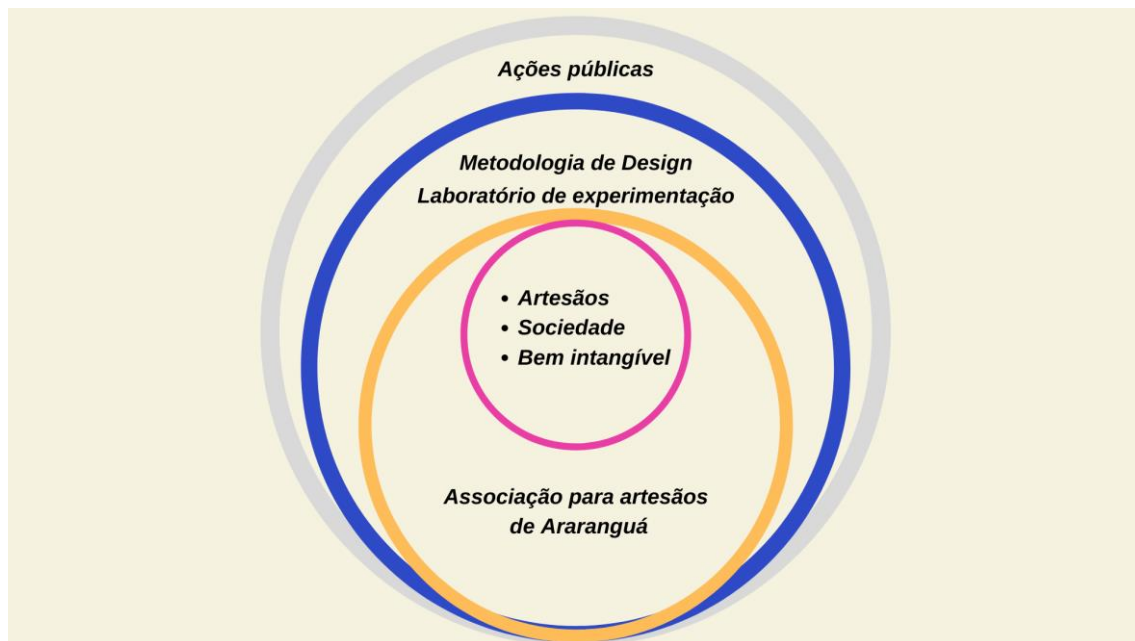
Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2020).

Durante as vivências, foi possível observar o quanto o processo de experimentação é necessário para a criação de novas possibilidades, novos formatos estéticos e funcionais a partir do modelo tradicional de fazer um artefato artesanal. O momento que antecede a experimentação é tão importante quanto onde é estimulado e intensificado o processo criativo em movimento, com a pesquisa de novas possibilidades, bem como a pesquisa e percepção pessoal, demonstrando personalidade ao artefato criado.

As artesãs alegaram que já possuíam interesse em experimentação, mas foi possível perceber a importância de troca do grupo formado, que, mesmo sendo em encontros on-line, acrescentou muito ao processo geracional do artefato artesanal.

A recorrência de vivências compostas por profissionais apoiadores, baseados no modelo sistêmico de design, aplicando metodologias e estudando novos formatos para os artesãos, foi resultado das percepções da pesquisa, a qual resulta de uma Proposta Sistêmica de Design no processo de desenvolvimento e confecção de tapetes artesanais na cidade de Araranguá, Sul de Santa Catarina, com base no contexto da economia criativa.

Figura 42 – Proposta Sistêmica



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2020).

A proposta é um modelo projetual apoiado pela rede municipal, porém no centro deste modelo o foco sempre será o bem intangível, que é representado pelo artesão, composto pela sociedade que reflete a cultura local, fortalecendo o campo teórico e prático do conhecimento regional.

[...] os setores criativos vão além dos setores denominados como tipicamente culturais, ligados à produção artístico-cultural (música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, fotografia, cinema), compreendendo outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao design, à arquitetura entre outros. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011, p. 22).

Em um modelo de educação experimental, a criatividade é estimulada como bem cultural da região, garantindo originalidade, crescimento cultural e potencializando o setor da Economia Criativa, que necessita ser resgatado pelas medidas públicas e compreendido pela sociedade em geral. Em ligação direta, a inovação faz parte do desenvolvimento social, possibilitando a capacidade de empreender, criar, ajudar e reconhecer novos caminhos de oportunidades.

Faz-se necessário descrever o modelo projetual da figura 36, porém é importante ressaltar que este não foi testado (faz parte das percepções da pesquisadora) e está apresentado como modelo, sugerindo-se, então, um aprofundamento do posterior para a continuidade da pesquisa.

- **Artesãos:** Colocado no centro do modelo sistêmico, pois sempre será o principal ator da proposta. Qual sua dificuldade? Qual sua potencialidade? O que precisa? O que quer aprender? O que pode ensinar? Como pode ensinar e aprender? Como faz e como pode experimentar fazer diferente?
São alguns dos questionamentos necessários, tendo como foco as necessidades e desejos dos artesãos – eles que são bem intangíveis da cultura local e que precisam também se reconhecer dessa forma. Muitos não se sentem reconhecidos por si mesmos e também pela sociedade em que estão inseridos. Com novas percepções, a cultura local que está sendo trabalhada também é modificada e aos poucos reflete potencialidades da riqueza regional.
- **Associação para artesãos:** Muitos artesãos da região não se conhecem, e aqueles que estão trabalhando de forma comercial acabam competindo entre si, enfraquecendo o grupo de forma desleal. Sugere-se, nessa etapa do Modelo Sistêmico, a criação de uma associação, que terá objetivos em comum de todos para o crescimento, sendo fortalecida comercialmente, mas principalmente de forma cultural. Sugere-se um lugar físico para que possam ser feitas as atividades, de preferência em um lugar histórico e significativo da cidade de Araranguá, que contenha uma estrutura de laboratório de criação e experimentação, de modo que fosse possível expor os resultados dos artefatos criados.

- **Metodologia sistêmica de design:** A base sistêmica seria o ponto central das vivências realizadas. Por meio do design sistêmico, é possível analisar as metodologias e aplicá-las de forma consciente com os artesãos, buscando, como resultado, inovação social, cultural, metodológica e de produtos. Aqui, faz-se necessário o apoio de instituições existentes na região, como o Instituto Federal de Santa Catarina e a Universidade Federal de Santa Catarina, com seus pesquisadores, e também profissionais da região e áreas afins, para a aplicação da metodologia sistêmica com os atores, artesãos. A partir da experiência da pesquisadora, foi possível observar um ciclo contendo 5 aspectos importantes da aplicação da metodologia sistêmica na construção de novas possibilidades inseridas em um contexto social, mostradas na figura a seguir.

Figura 43 – Proposta de Metodologia Sistêmica de Design



Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2020).

- **Ações públicas:** O apoio do órgão municipal é de extrema importância, pois este poderá referenciar as propostas, legitimando os artesãos como atores principais da cultura local, fortalecendo-os regionalmente, o que esbarra em crescimento econômico, turismo, entre outros. Assim, essa proposta sistêmica se faz necessária no planejamento municipal, visto que o Design não se limita a um artefato, mas a criar novas realidades.

Após o desenvolvimento da proposta sistêmica de design nos processos artesanais de tapetes da cidade de Araranguá, no Sul de Santa Catarina, baseado na Economia Criativa, conclui-se que esta pode ser aplicada em qualquer outro modelo artesanal. As vivências foram de extrema relevância para a elaboração da proposta sistêmica, como pontuado no objetivo desta pesquisa. Mesmo com os acontecimentos do ano de 2020 – da pandemia mundial de COVID-19 –, configurou-se um novo formato de encontros online e os resultados experienciais foram positivos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve como escopo de pesquisa o artesanato de tapetes da cidade Araranguá, no Sul de Santa Catarina, baseando-se na Economia Criativa, e como objetivo geral sugerir uma abordagem sistêmica de design no processo de criação dos artefatos artesanais. Enquanto pesquisa aplicada, fez-se necessário identificar ainda aspectos da abordagem sistêmica de design, metodologias, economia criativa e artesanato.

Por meio da pesquisa bibliográfica referente às temáticas apontadas nos objetivos específicos, foi possível reconhecer as importantes ligações e características entre os temas, contribuindo para a construção do desenvolvimento prático da pesquisa.

Ao descrever a Abordagem Sistêmica de Design como uma ferramenta projetual, foi possível entender as dinâmicas envolvidas em um determinado projeto, que não se limita ao produto apenas produzido mas sim na experiência obtida entre ator e objeto. No quesito Economia Criativa, foi necessário compreender o contexto brasileiro e também sua importância, ao ser adotado e visualizado pelas economias regionais.

Ao ser abordado o tema artesanato, sendo realizada uma breve discussão em relação ao contexto araranguaense, notou-se o quanto este ainda é raso no quesito bibliográfico e histórico da cultura local, ficando como sugestão um aprofundamento nessa área. Na revisão bibliográfica, por fim, foram revisados os processos metodológicos de design, a fim de guiar a aplicação da pesquisa de campo e experimentação da dissertação.

Durante a pesquisa, no momento de aplicação da metodologia, em formato prático, teve-se contato com o grupo de artesãos do Curso de Formação Inicial e Continuada – Tecelão de tecidos planos, oferecido pelo Instituto Federal de Santa Catarina, situado em Araranguá. O grupo tem como principal objetivo criar e desenvolver tapetes, mantas, cintos e tecidos rústicos, desenvolvendo produtos têxteis aplicando técnicas sustentáveis com responsabilidade social.

A pessoa responsável pelo grupo se mostrou interessada na aplicação da pesquisa no laboratório já existente da instituição, e com os 18 alunos matriculados. Decidiu-se, então, aplicá-la no mês de março de 2020, porém, devido aos acontecimentos da pandemia mundial de COVID-19, os planos iniciados precisaram ser adaptados.

Com a insegurança que a pandemia proporcionou a todos, alguns decretos estaduais foram colocados em prática como medida de urgência, e o IFSC de Araranguá seguiu as indicações, iniciando seus encontros on-line para algumas medidas de continuação do semestre letivo. No mês de julho de 2020, retornou-se o contato com a coordenadora do curso, bem como com as artesãs, aplicando a pesquisa on-line, e

posteriormente foram realizadas as vivências na aplicação da metodologia, no mês agosto de 2020. Porém, nesse momento, de forma on-line, foram necessárias algumas adaptações, diante das dificuldades de acesso de alguns participantes e desafios enfrentados para as experimentações entre pesquisadora e artesãs.

O desenvolvimento da metodologia de design, com a abordagem sistêmica aplicada às artesãs nos 4 encontros on-line, divididos em criatividade, pesquisa, experimentação e resultados, pautadas pelas metodologias dos autores Montemezzo (2016) e Santos (2009) e subdivididas em fase analítica, criativa e executiva, possibilitou percepções importantes e necessárias para a criação do projeto proposto na pesquisa. Diante do questionamento inicial de: Como a abordagem sistêmica de design no contexto da economia criativa pode beneficiar o desenvolvimento de produto, que, por consequência, poderá beneficiar o negócio de tapetes da cidade de Araranguá, na região Sul do estado de Santa Catarina.

Afinal, foi possível realizar experimentações significativas possibilitando a compreensão dos processos de design, e a aproximação das artesãs que tiveram a oportunidade de criação de novas ideias saindo do senso comum de um artesanato caracterizado e criando novas possibilidades, assim para a validação dessa dissertação e questionamento inicial.

A proposta Sistêmica de Design baseada no contexto da Economia Criativa nessa pesquisa, resultante da validação da vivência com as artesãs, permite ser aplicada em diversas áreas artesanais, e não apenas nos tapetes. O principal agente transformador aqui é o artesão, aquele que se capacita e se compreende como bem intangível de uma cultura local.

Além do produto estudado e prototipado, é importante salientar que o indispensável desse modelo projetual são os encontros em formato de laboratório criativo entre os participantes que produzem o diferencial, resultando em um bem intangível da cultura local.

Desta forma, sobre sugestões para pesquisas futuras, é possível identificar alguns encaminhamentos. Pode-se aplicar esta pesquisa com uma amostragem maior de artesãos de diversas vertentes, para compreender de forma mais profunda suas necessidades. Também seria importante exercer de forma presencial as vivências, a fim de ser testada e revisitada a metodologia com a finalidade de compará-la ao projeto on-line desenvolvido, complementando com um estudo mais aprofundado. Se possível, também é interessante

envolver algum órgão público municipal, compreendendo as possibilidades e limitações do projeto.

Ressalta-se, por fim, a contribuição pessoal da pesquisadora com o aprendizado obtido desde a pesquisa bibliográfica, compreendendo as limitações de 2020 e aplicando a metodologia. O contato com as artesãs, mesmo que de forma on-line, proporcionou a visualização prática de um contexto regional, reforçando, por meio da experiência, a importância que tem o meio acadêmico no social, aplicando e trocando conhecimento.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Aurélio *et al.* **Pensamento Sistêmico: o desafio da mudança sustentada nas organizações e na sociedade.** Porto Alegre: Bookman, 2006.

ARCHER, L. B. *Systematic Method for Designers.* Londres, 1963/64.

Artesol. **Unesco: Salva-guarda de Patrimônio Imaterial**, 2010. Disponível em: <<http://www.artesol.org.br/blog/salva-guarda-de-patrimonio-cultural-unesco>>. Acesso em: 10 maio 2019.

BEST, Kathryn. **Fundamentos de gestão do design.** Porto Alegre: Bookman, 2012.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Resposta nacional e internacional de enfrentamento ao novo coronavírus.** Brasil, DF, 2020. Disponível em: <<https://coronavirus.saude.gov.br/linha-do-tempo/>>. Acesso em: 10 nov. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Estado da Saúde. **Governo de Santa Catarina publica nesta segunda decreto com medidas para conter disseminação do coronavírus.** Brasil, DF, 2020. Disponível em: <<https://www.saude.sc.gov.br/index.php/noticias-geral/11134-governo-de-santa-catarina-publica-nesta-segunda-decreto-com-medidas-para-conter-disseminacao-do-coronavirus>>. Acesso em: 05 nov. 2020.

BONSIEPE, Gui. **Do Material ao Digital.** São Paulo: Editora Blucher, 2015.

CANCLINI, Néstor G. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** Trad. Ana Regina Lessa e Heloísa P. Cintrão. São Paulo: Edusp, 2008.

METHODS. Design Kit, 2016. Disponível em: <www.designkit.org/methods>. Acesso em: 08 abr. 2019.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda e sustentabilidade: design para mudança.** 1 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: <https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf>. Acesso em: 15 out. 2019.

HOWKINS, J. **Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas.** São Paulo: M.Books do Brasil, 2013.

HOWALDT, Jürgen; SCHWARZ, Michael. **Social innovation.** Concepts, Research Fields, and International Trends. Dortmund: Sozialforschungstelle Dortmund, 2010.

KAULING, Graziela Brunhari. **As redes sociais como dispositivos do imaginário e potencializadoras simbólicas de novas formas de criação de moda.** 2017. 146 f. Tese (Doutorado) – Curso de Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, Tubarão, 2017.

KRUCKHEN, Lia. **Design e território:** valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

KUOSA, Tuomo *et al.* Service design: on the evolution of design expertise, 2012. Disponível em: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51405/Kuosa_Tuomo_Lamk_2012.pdf> Acesso em: 10 jun. 2019.

LACARRIEU, Mónica. **El patrimonio cultural inmaterial:** un recurso político en el espacio de la Cultura Pública Local. Santiago de Chile: DIBAM, 2004.
LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial:** bases para a configuração dos produtos Industriais. Edgard Blücher, 2001.

MADEIRA, M. G. **Economia criativa:** implicações e desafios para a política externa brasileira. Brasília: FUNAG, 2014. Disponível em: <<http://funag.gov.br/loja/download/1096-economia-criativa.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2020.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa:** implicações e desafios para a política externa brasileira. Brasília: Funag, 2014.

MANZINI, Ezio. New design knowledge. **Design studies**, v. 30, n. 1, p.4-12, 2009. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0142694X08000860>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade:** comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora E-papers, 2008.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico.** 2003. 97 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2003. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/97020>>.

MOZOTA, Brigitte Borja de; KLOPSCH, Cássia; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. **Gestão do Design:** usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011, 343p.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa:** Política, diretrizes e ações 2011-2014. Brasília, 2011.

NEWBIGIN, John. **A Economia criativa:** Um guia introdutório. Londres: British Council. 2010.

NERY, Salete. **Artesanato e luxo:** entre a autenticidade e as trocas comerciais. ALVES Elder P. M. (Org.). *In: Políticas culturais para as culturas populares no Brasil contemporâneo*. Maceió: EDUFAL, 2012.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation:** Inovação em Modelos de Negócios. Rio de Janeiro: ALTA BOOKS, 2011.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia criativa:** como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

RIFKIN, J. L'âge de l'accès; **La nouvelle culture du capitalisme**. Paris: La Découverte, 2005.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**. 2003. 96 f. Dissertação (Mestrado) – Pós-graduação em Desenho Industrial, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2003.

SANTA CATARINA (Estado). Instituto Federal de Santa Catarina. Portaria do(a) Reitor(a) N° 1178, de 16 de março de 2020. [Dispõe sobre a decisão do Comitê Permanente de Gestão de Crises do IFSC que suspende as atividades presenciais na Reitoria e nos Câmpus do IFSC, no período de 17/03/2020 a 31/03/2020]. **Ministério da Educação:** Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica, 2020. Disponível em: <<https://www.ifsc.edu.br/documents/30681/1852909/Portaria+Covid-19+-medidas+de+prevencao+IFSC+%282%29.pdf/fc5eefb7-6057-4d12-9a9b-fb6c330b95ff>>. Acesso em: 29 out. 2020.

SANTA CATARINA (Estado). Instituto Federal de Santa Catarina. Resolução Consup N.º 16, de 06 de julho de 2020. [Prorroga a suspensão das atividades acadêmicas e administrativas presenciais no IFSC e dá novas providências.]. **Ministério da Educação:** Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica, 2020. Disponível em: <https://www.ifsc.edu.br/documents/20194/1921181/consup_resolucao16_2020_prorroga+suspens%C3%A3o+das+atividades.pdf/570705fc-3662-43a1-9af5-d80376b2c963>. Acesso em: 10 out. 2020.

SANTA CATARINA (Estado). Decreto n° 515, de 17 de março de 2020. Declara situação de emergência em todo o território catarinense, nos termos do COBRADE n° 1.5.1.1.0 - doenças infecciosas virais, para fins de prevenção e enfrentamento à COVID-19, e estabelece outras providências. **Diário Oficial do Estado de Santa Catarina**, Santa Catarina, 17 mar. 2020. Disponível em: <http://dados.sc.gov.br/dataset/149a36ac-19c6-47b3-b873-9c0512f7a4db/resource/73d09d8d-3e06-4347-8442-100d35280230/download/decreto_515-17.03.2020.pdf>. Acesso em: 14 out. 2020.

SANTOS, Célio Teodorico dos. **Requisitos de linguagem do produto:** uma proposta de estruturação para as fases iniciais do PDP. 2009. 214 f. Tese (doutorado). Pós-

graduação em Engenharia Mecânica, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2009.

SEBRAE. **Atuação do Sistema SEBRAE no Artesanato**. Sebrae Nacional, 2010.

Disponível em:

<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/\\$File/NT00043F22.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4762969DAC2E2FBC8325770E005416FC/$File/NT00043F22.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2018.

SEBRAE. **Obtenha informações sobre o que é economia criativa e sobre este modelo de economia no Brasil e no mundo**. Sebrae Nacional, 2011. Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/economia_criativa/l>. Acesso em: 16 nov. 2018.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. **Quando a cultura entra na moda: A mercadologização do artesanato e suas repercussões no cotidiano de bordadeiras de Maranguape**. 2009. Disponível em:

<http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/1276/1/2009_Dis_EKRSILVA.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2018.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. **Design e artesanato: um diferencial cultural na indústria do consumo**. 2007. Disponível em:

<http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/031A7.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2018.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO *ON-LINE* ENVIADO PARA AS ARTESÃS

Informações de contato

Essas informações estão sobre sigilo. E tem como objetivo organizar a atividade de conclusão do Mestrado Design de Moda - UDESC da maestranda Pauliane Duarte.

Nome *

Texto de resposta curta

E-mail *

Texto de resposta curta

Endereço *

Texto de resposta longa

Número de telefone *

Texto de resposta curta

Escolaridade *

- ☐ Ensino médio
- ☐ Ensino Superior
- ☐ Especialização

Você possui Tear em casa? *

Texto de resposta longa

Você trabalha com artesanato como renda principal ou complementar? *

- ☐ Principal
- ☐ Complementar

Qual horário é melhor para acontecer o encontro online? (encontro com duração prevista de 1 hora até 2 horas) *

- ☐ 10:00
- ☐ 14:00
- ☐ 16:00

Você se considera uma pessoa Criativa?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ As vezes

Qual sua expectativa ao participar desse projeto? O que você está esperando?

Texto de resposta longa