



ABORDAGEM SISTÊMICA DE DESIGN COM OS ARTESÃOS DE TAPETES DA CIDADE DE ARARANGUÁ SC.

SYSTEMIC DESIGN APPROACH WITH ARRANGEMENT SCIENTIST ARARANGUÁ SC.

Duarte, Pauliane; Mestranda; Universidade Estadual de Santa Catarina,
(pauliane_gduarte@hotmail.com)¹
Teodorico, Célio; Dr; Universidade Estadual de Santa Catarina²
(celio.teodorico@gmail.com)
Silveira, Iceleia; Dra; Universidade Estadual de Santa Catarina³
(icleiasilveira@gmail.com)

Resumo: Este trabalho insere-se em uma explanação, da pesquisa em andamento do Mestrado Profissional em Design de Vestuário e Moda, da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Com objetivo de aplicar abordagens sistêmicas de design com foco na melhoria do artesanato de tapetes no município de Araranguá da Região Sul de Santa Catarina, bem como a inserção e valorização dos artesãos no mercado.

Palavras chave: Design; Artesanato; Economia Criativa.

Abstract: This work is part of an explanation of the ongoing research of the Professional Master's Degree in Clothing and Fashion Design from the State University of Santa Catarina (UDESC). Aiming to apply systemic design approaches focused on the improvement of carpets crafts in the municipality of Araranguá in the Southern Region of Santa Catarina, as well as the insertion and valorization of artisans in the market

Keywords: Design; Crafts; Creative economy.

Introdução

Com objetivo em aplicar a abordagem sistêmica de design com foco na melhoria do artesanato de tapetes no município de Araranguá da Região Sul de Santa Catarina, bem como a inserção e valorização dos artesãos no mercado. Este trabalho é uma explanação, da pesquisa em andamento do Mestrado Profissional em Design de

¹ Mestranda em Design de Moda na Universidade Estadual de Santa Catarina- UDESC

² Professor Dr. na Universidade Estadual de Santa Catarina - UDESC

³ Professora Dra na Universidade Estadual de Santa Catarina - UDESC



Vestuário e Moda, da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). A problemática abordada teve como questionamentos as dificuldades da inserção do profissional artesão em um cenário extremamente competitivo, tornando esse produto local quase que obsoleto, afetando o comércio e a renda familiar de muitos profissionais dessa região. Espera-se que o design possa fazer parte do contexto social e não apenas inserido na criação de artefatos, tendo em vista que os produtos artesanais são manifestações locais e culturais, ligados ao território e a comunidade que os criou. Nesse sentido, o designer baseando-se em uma abordagem sistêmica, pode apropriar-se de três aspectos básicos: promover a qualidade dos produtos, estruturar e apoiar a comunicação dos consumidores e produtores intensificando e valorizando as relações territoriais, e sustentar o desenvolvimento e união de arranjos produtivos com cadeias de valor sustentáveis, praticando o fortalecimento dos pequenos artesãos, colocando-os como protagonistas do saber fazer. A pesquisa é de natureza da aplicada, com abordagem qualitativa e descritiva, realizada por meio de uma pesquisa de campo, junto a um grupo de artesões. No momento está na etapa do desenvolvimento da fundamentação teórica, tendo como principais autores Kruckhen (2009) que aborda o Design como valorização de produtos e territórios, Manzini (2017) com Design para Inovação Social de forma sistêmica, e referindo-se a Economia Criativa e seus pilares Newbigini (2010). Nesse contexto, propõe-se ao profissional designer a responsabilidade de tornar-se mediador do processo de aplicação das sistemáticas projetuais do design, entre o grupo de artesãos, com objetivo de compreender e auxiliar o processo criativo, produção e distribuição dos produtos no mercado. Mas acima de tudo, aliar os fatores sociais, relacionando aspectos tradicionais e inovadores aos processos de design, de forma sustentável promovendo assim, a inclusão social com uma abordagem local e global.

Design em uma abordagem sistêmica

O design contempla em seu significado amplo o ato de planejar, desenhar, criar e conceber. É um modo de pensar, um processo e uma prática, necessário então ter uma



abordagem centrada em pessoas para poder transpor as tradicionais fronteiras de projeto e englobar mais áreas de estudos, alargando seu escopo e enriquecendo os resultados. Ainda para a autora, a metodologia de design atenta não só a maneira pela qual os processos são percebidos mas também todo o funcionamento e opção em que estão envolvidos pelo ecossistema (BEST, 212 p.22).

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 o designer que vai além da capacidade projetual, construindo uma “cadeia de valor” e “rede de valor” (MORAES, 2010 p.45)

Nesse sentido a construção de valores de um produto ou serviço e sua comunicação aos usuários passam a serem processos pertinentes nos projetos de designers, sendo essencial os seus exploração e atenção. Conectando uma inter-relação entre produto, empresa, mercado, consumo e cultura. Atualmente a sociedade, diante de problemas cada vez mais complexos, não desconsiderando a necessidade de ações como uma contribuição para a sustentabilidade social. Isso envolve todos os sistemas para os quais estamos trabalhando: ambiental, social, econômico e mesmo estético. Na criação de um produto, onde 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 a relação com o território que foi concebido. (Manzini, 2009 p.30) 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 gerou (KRUCKEN,2009 p.43).

Assim os processos em design estão em momento de transformação, uma nova maneira de olhar para o mundo e seus limites, implicações e perceber o que os designers podem fazer para as pessoas em que habitam o mundo, não necessariamente criando



novos produtos, mas proporcionando novas experiências e soluções sociais (Manzini, 2008 p.11)

Nesse contexto social em que o design assume uma nova perspectiva que ultrapassa o conceito retórico de apenas resultados estéticos-formais protagonizando um contexto social e de propósito sustentável. Assim é possível recorrer ao design contemporâneo, expondo suas características diferenciadas: Onde o design pode atuar em qualquer área dos conhecimentos e da práxis humana, a área design é orientada ao futuro, está relacionado à inovação e ao ato projetual iniciando algo novo no mundo, o design está relacionado ao corpo e ao espaço principalmente, mas não se limitando apenas ao visual. Também à ação afetiva, o design orienta-se à interação entre usuário, artefato e ao social (BONSIEPE, 2015 p.08).

De acordo com Manzini as pessoas precisam colocar suas habilidades de designers em ação, a capacidade de pensar e realizar coisas que envolve reflexão e senso estratégico, tendo a possibilidade de olhar para o contexto e decidir quando e como agir para a melhoria das coisas e seres. Ainda para o autor “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”(MANZINI, 2017 p.28)

Assim a solução de um problema a ser solucionado, sendo ele de 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-mecânica, 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 p.08).



Os problemas de design e seus processos aumentam com a complexidade e variáveis envolvidas que não podem ser tratada isoladamente, pois essas estão entrelaçadas e relacionam-se entre s (BONSIEPE, 2015 p.56). Assim faz-se necessário perceber as problemáticas de forma sistêmica, trabalhando de forma colaborativa com os envolvidos (ouvindo e aprendendo) de forma a solucionar os problemas (HOWALDt et al. 2018 p.07)

A abordagem sistêmica da gestão de design necessita considerar as possíveis implicações, soluções e impactos relacionados ao problema de design como: o cultural, simbólico, o social, institucional, o financeiro, a estrutura física, bens fabricados e bens físicos (KUOSA et al, 2012 p.22). A adoção de uma perspectiva mais ampla e dinâmica de projeto vem a 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.

O designer pode ser um elo entre as carências existentes ainda nos produtores de artefatos, e a comunicação com o global e oportunidades de mercado, com a visão holística necessária. Ao agregar valor aos produtos, o design pode ser um forte impulsionador. Representando um catalisador, o design, pode gerar inovação de criação de uma possível imagem positiva ligada ao território, e seus produtores e serviços. (KRUCKEN, 2009 p.47)

Levando em considerações o envolvimento plural de áreas e seus desafios, é necessário perceber o quanto se pode ver de possibilidades. A valorização de produtos e recursos é um tema muito rico e complexo por seus envoltimentos e dimensões cognitivas dos sistemas abordados. Sendo necessário entender e perceber o contexto que estão inseridos para compreender sua melhor versão de produção e consumo, do local para o global, revalorizando todo o ecossistema (KRUCKEN, 2009 p. 49).

Assim ainda para a autora 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, e



que muitas vezes precisam de um olhar crítico para reavive-los. (KRUCKEN, 2009 p. 50). Diante dos pontos abordados dos conceitos de design bem como nos fatores de geração de valor em uma abordagem sistêmica do processo de concepção de um produto bem como sua relevância social envolvida em diversos processos, é necessário a valorização e a percepção de quem faz o produto, envolvendo o saber fazer. Fortalecendo profissionais no processo de crescimento comercial, produtivo e social em uma abordagem sistêmica em que o design está inserido.

Economia Criativa

Com origem na criatividade, habilidade e talento potencializado em serviço ou produto a Economia Criativa de acordo com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2015 p.10), 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”* de 2001, onde expressou conceitos sobre criatividade e inovação que interferem da economia e no social, orienta que, algumas atitudes do ser humano estão em mudança influenciando o estilo comercial, entre as atitudes ele cita: colaboração, relacionamentos pessoais e realizações pessoais.

Com natureza econômica quanto cultural, por meio de conjunto de atividade, bens e serviços, a economia criativa possui como processo principal o ato criativo como gerador de ideia e valor simbólico. Existe uma mistura de valores econômicos e valores culturais, o valor de troca (estágio final de bens e serviços com preço no mercado), produtos da indústria criativa possuem um ‘valor expressivo’, possuindo também um significado cultural, não relacionando-se apenas com custos da sua produção ou funcionalidade (Newbiggin, 2010 p. 24).



No entanto trabalhar com valores intangíveis, pode dificultar a mensuração se apoiada a tradicional economia, porém por ser um recurso inesgotável e sim renovável, os valores intangíveis podem ser multiplicados com o uso. Na economia atual para competir e se destacar na era da complexidade contemporânea as pessoas e países necessitam de informação e conhecimento, mas também de originalidade. Possibilitando a ser um fator estratégico, em uma sociedade com ampliação de contínuas mudanças. (MADEIRA, 2014 p.42).

Para economia a criatividade pode ser um combustível, aumentando com o uso. E que em vez de a concorrência entre os agentes criativos saturar o mercado, pode estimular a atuação de novos produtores (REIS, 2008 p.12) A mudança de comportamento dos consumidores, faz com que seja pensado em novas maneiras de produzir. A criatividade por si não é considerada uma atividade econômica, mas caso produza uma ideia com intuito econômico ou um produto comerciável, essa passa a ser considerada do âmbito econômico. Para o autor, quando a necessidade ou função dos artefatos na vida das pessoas são contempladas, é comum se buscar o 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 essa qualidade subjetiva (HOWKINS, 2013 p.22).

Uma medida para tornar a economia criativa mais fortalecida é valorizar os produtos locais fortificando negócios em redes, e o design pode ser um elo nesse sistema. É essencial o desenvolvimento de negócios em redes, integrando competitividade e conectividade, para desenvolvimento regional e nacional. Promovendo a renovação das estratégias de gestão e de organização de determinada região e negócio (KRUCKEN, 2009 p.51). 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, (4) a inclusão social como base de uma economia cooperativa e solidária.

Reconhecer o valor não tangível dos produtos oriundos desse setor, como a falta ainda de delimitação do sistema dificulta ações ativas no setor e o reconhecimento dos consumidores. Nesse viés as inovações necessariamente não estão relacionadas aos artefatos mas por exemplo podem contribuir no 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, viabilidade econômica do local a ser trabalhado e os modos de produção, identificando as oportunidades necessárias (KRUCKEN, 2009 p. 58).

Artesanato

Ao discorrer sobre o tema artesanato, se faz necessária a explanação de suas origens e características. De acordo com o site Artesanato Solidário (ARTESOL, 2013), o artesanato pode ser referenciado à 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 às circunstâncias culturais, econômicas, políticas e sociais, também ambientais e tecnológicas, possuindo detalhes do contexto que é feito.

Mesmo o objeto artesanal sendo produzido de maneira individual, sua estética remete a vivências do artesão no coletivo, em sua cultura local. Assim para os artefatos feitos artesanalmente sempre integram o conhecimento local e histórico com o técnico, compondo a expressão particular de cada artesão (MORALES, 2008 p.24) Para o Sebrae (2010) pode-se definir o artesanato como uma ação produtiva que resulte produtos acabados, feitos de forma manual, com habilidade, qualidade e criatividade, assim proposto pelo Conselho Mundial do Artesanato.

Em um produto artesanal há mais do que linhas e texturas escolhidas, carregam valores simbólicos e transbordam sentimento das mãos de quem o executou, combinam



histórias, expectativas fundidas no produto tecido. Todo produto feito a mão tem agregado sua própria história e energia, específica e única daquele momento, possui sua aura, e impossibilita uma cópia ou de fazer igual. Ainda para a autora o artesanato atual para se manter precisa se relacionar com a tecnologia, em especial as redes sociais, conectando-se de maneira benéfica indo contra a ideia de que a Modernidade e a Pós-Modernidade extinguiriam as atividades manuais (Kauling, 2017 p.16).

O artesanato, tem seu valor e pode ser comparada 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, contam histórias sobre quem os fez, é uma inspiração no passado sendo produzido no presente (CANCLINI, 2013 p.21)

Tendo o artesanato como a atividade de saber fazer, difundida com a criatividade e processos culturais, o artesanato tem características com a conexão visceral, com a forma como são moldados, com o tempo que é trabalhado e com as técnicas utilizadas. Possui tempo e reflexão entre a criatividade do artesão e sua atividade (FLETCHER, 2011 p.11). 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 (MORALES, 2008 p.34).

Algumas estatísticas são expressivas, mostrando um crescimento de números de artesãos por meio do relatório do SELA, onde nos quatorze países latino-americanos analisados representam 6% da população geral, e 18% da população econômica ativa. Dando como um dos motivos o fator desemprego, incentivando trabalhadores serem incentivados a trabalhar por conta própria (CANCLINI, 2008 p.09). Porém a complexidade do estudo do artesanato e seu reconhecimento por bem tangível, é que os estudos que o envolve decorrem com elementos de patrimônio cultural, incorporando-se



à monumentos culturais e memórias coletivas, sendo considerado do ponto de vista social e cultura (Silva, 2011 p.22)

Reconhecendo que os produtos artesanais são artefatos mas também são combinados de valores intangíveis, que além do visível e manifestado uma carga simbólica, histórica e indenitária. Fundamenta-se 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 (LACARIEU, 2004 p.42). Representar artefatos artesanais em um mercado capitalista embate com alguns desafios atuais. O desafiador é conciliar os termos de qualidade, custos do mercado com as necessidades do consumidor, sem que ocorra perda de valores culturais envolvidos na produção e distribuição, descaracterizando o produto artesanal e local (FREITAS, 2006 p.23).

O trabalho artesanal é considerado um trabalho cauteloso, detalhado e quase sempre lento, se o artesão quiser obter um retorno financeiro muitas vezes precisará de ajudantes, ou poderá acarretar mais no valor financeiro. A produção artesanal já experimenta em muitos casos, um formato contemporâneo apresentado como cooperativas, pequenas e microempresas. Mas é necessário uma discussão não apenas no aspecto de produção do artefato, mas também seu percurso anterior o criativo e após a peça pronta pós uso. Pois ainda para o autor, o artesão possui intimidade com o processo de produção e confecção do produto, mas esse elaborado para um volume reduzido. Assim sendo necessária adoção de novas estratégias para inserção de abertura de mercado (FREITAS, 2006 p.36) . Diante dos desafios de comercializar os produtos artesanais, o processo artesanal tem uma relação direta e complexa com a origem onde é feito, relacionando à valorização da cultura como elemento de afirmação identitária dos espaços, e que no espaço capitalista nem sempre é valorizado como devido (CANCLINI, 1983 p.66)



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

O artesanato tradicional no Brasil ainda está associado muito ao exótico, com apelo turístico ou ao estilo *hippie*, dificultando sua inserção no mercado hoje, onde os consumidores não conseguem perceber seu valor. Mas que com o auxílio do novos profissionais do âmbito criativo como designer e estilistas, os produtos começam a ter um processo diferenciado seja em sua produção ou exposição (NERY, 2012 p.55). Após a reflexão sobre artesanato e seu contexto, faz-se necessário expor a pesquisa em andamento com os artesãos de tapetes da Região de Araranguá, cidade do estado de Santa Catarina.

Artesanato de Tapetes da Cidade de Araranguá- SC

Por meio de relatos de artesãos, em uma entrevista semiaberta, constataram-se algumas dificuldades articuladas no dia-a-dia dos artesãos. Foram entrevistados três artesãos de tapetes nas cidades de Araranguá e Sombrio que relataram algumas complexidades e carências, entre elas novas referências criativas, 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 tendência (não possuem processos de pesquisa de tendência). A carência de metodologia de trabalho prejudica os processos, não sendo divididos no desenvolvimento do produto, onde muitas etapas acabam ficando na responsabilidade de apenas uma pessoa da equipe; o trabalho por eles é considerado artístico assim não conseguem se ver como empreendedores prejudicando a formação de valor/preço e consequentemente não sendo valorizado pelo mercado, desanimando o artesão à continuar nessa atividade; alegam também que não há união entre eles (artesãos) fazendo com que fiquem reféns do valor proposto pelo concorrente ao lado.



O artesanato regionalizado é um processo instintivo, e carregado de conotações emocionais muitas vezes passando o saber fazer de família para família. Geralmente desenvolvido com pouca atenção quanto as metodologias de desenvolvimento de produto, em um método estético e contemporâneo. Um exemplo é a etapa relacionada à pesquisa e desenvolvimento de criação que muitas vezes não acontece, ou quando acontece é uma cópia dos concorrentes e de forma rasa. Porém quando ligado à produção, o fazer à mão, o artesanato se reveste de significado, diferenciando-se de produtos produzidos em escala.

Os relatos foram organizados em um Mapa de Empatia pelos professores pesquisadores. Mapa de Empatia, é uma ferramenta que auxilia a entender o cliente ou o objeto estudado, além das características demográficas, desenvolvendo uma compreensão melhor do ambiente. Por meio dessa técnica é possível atentar-se a situações mais profundas, e realidades mais detalhadas para as pessoas que se está projetando (OSTERWALDER, 2011 p.46).

Por outro viés, os artesãos também relataram a falta de ações governamentais para a valorização e apreciação de produtos artesanais na região, sendo como limitador no crescimento e também incentivo em continuar com o trabalho que poderia ser passando de geração para geração. Para isso o estudo fundamentado na abordagem sistêmica de design com foco na economia criativa visa o fomento da região na criação de valores e qualidades locais representados pelos produtos artesanais. Pessoas com imaginação, talento e desejo de criar coisas vão além da dimensão pragmática. Esse processo de criação prescinde da comunicação através da estética, de um valor cultural ou uma posição social através da arte, estilo ou moda. Isso é tão antigo quanto a humanidade, e sempre existiram e existirão, e essa é a base da economia criativa (NEWBIGIN, 2010 p.76).

Assim é possível afirmar 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 (MADEIRA, 2014 p.87). Diante da problematização constatou-se que há oportunidade de geração de valor por meio do produto artesanal, os tapetes, desenvolvendo a região do estado. Porém com necessidade de atenção e trabalho potencializado na mudança de métodos e da criação do artefato, para atualização e captação de oportunidade do mercado atual, utilizando para tanto, a abordagem sistêmica de design. Com objetivo de promover a qualidade dos produtos, estruturar e apoiar a comunicação dos consumidores e produtores intensificando e valorizando as relações territoriais, e sustentar o desenvolvimento e união de arranjos produtivos com cadeias de valor sustentáveis, praticando o fortalecimento.

O design então pode ser um fator essencial como metodologia que vem evidenciando a relação holística dos problemas, a capacidade de gestão da complexidade, dos aspectos criativos, dando atenção para o produto, seja esse material ou serviço, sendo mediador entre produção e consumo.

Considerações Finais

Em face ao objetivo exposto deste trabalho, em aplicar as abordagens sistêmicas de design com foco na melhoria do artesanato de tapetes no município de Araranguá da Região Sul de Santa Catarina, bem como a inserção e valorização dos artesãos no mercado. Apresentaram-se as dificuldades da inserção do profissional artesão em um cenário extremamente competitivo, tornando esse produto local quase que obsoleto, afetando o comércio e a renda familiar de muitos profissionais dessa região. Considera-se que foi atingido o objetivo na resposta à problemática abordada: em expor a pesquisa em andamento do Mestrado Profissional em Design de Vestuário e Moda, da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), relatando as considerações que estão sendo construídas.

Em uma abordagem sistêmica do Design, com foco não apenas no produto e sua melhoria, mas considerando o local, profissional artesão, a economia e o social. O designer passa então a ter uma responsabilidade social colocando-o como protagonista



de uma possível mudança do setor artesanal. A falta de valorização do artesanato e um novo cenário comercial bem como as mudanças contínuas dos consumidores, são pontos importantes para a união do fazer dos artesãos com o saber da academia/pesquisa. Assim busca-se o desenvolvimento de uma metodologia e possíveis processos aplicáveis para os artesãos de tapetes da região Sul do estado de Santa Catarina (Araranguá), por meio da Abordagem Sistêmica de Design, resgatar essa prática tendo um (re)olhar para o artesão, valorizando a cultura local, incentivando novos artesãos e fomentando a economia regional. A vista disso proporcionar uma contribuição científica do tema, com a integração entre academia, pesquisador e profissionais autônomos com a interação do saber e o fazer, viabilizando o desenvolvimento e incentivando a economia local.

Referências

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

ARTESOL. (2010). Unesco: Salva-guarda de Patrimônio Imaterial. Disponível em <<http://www.artesol.org.br/blog/salva-guarda-de-patrimonio-cultural-unesco>>, acesso em 10/05/2019

BEST, Kathryn. **Fundamentos de gestão do design**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
MORAES, Dijon de. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

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

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

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 junho 2019.

LACARRIEU, Mónica. **El patrimonio cultural inmaterial: un recurso político en el espacio de la Cultura Pública Local**. Santiago de Chile: DIBAM, 2004.

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 agosto 2018.

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

MORALES, F.S. **História do design na América Latina e no Caribe: industrialização e comunicação visual para autonomia**. São Paulo: Editora Blücher, 2008.

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

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

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 novembro 2018.

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 de março de 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_auuspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/031A7.pdf> Acesso em: 03 nove. 2018.