

A photograph of a fashion show runway. Models are walking from left to right. The foreground shows the lower legs and feet of several models wearing various styles of shoes, including blue suede pumps and tan high-heeled sandals. The runway floor is light-colored. The background is dark, with some models in dark clothing. A large white geometric shape, resembling a stylized 'A' or a series of overlapping lines, is overlaid on the left side of the image.

Na Estante da Moda 2

**Luciana da Silva Bertoso
(Organizadora)**

Atena
Editora
Ano 2019

Luciana da Silva Bertoso
(Organizadora)

Na Estante da Moda 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora

Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof^a Dr^a Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof.^a Dr.^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Dr.^a Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.^a Dr.^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof.^a Dr.^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof.^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
N144	Na estante da moda 2 [recurso eletrônico] / Organizadora Luciana da Silva Bertoso. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Na Estante da Moda; v. 2) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-857247-336-1 DOI 10.22533/at.ed.361192109 1. Moda – Pesquisa – Brasil. 2. Moda – Estilo. 3. Vestuário. I. Bertoso, Luciana da Silva. II. Série. CDD 746.9209
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “*Na estante da moda*” da Atena Editora , organizada em dois volumes, aborda pesquisas interpretadas por diversas perspectivas. A moda pode ser interpretada como um fenômeno, pelo qual ocorrem mudanças e transformações, envolve aspectos sociais, ambientais, econômicos e políticos. E além disso a indústria da moda engloba inúmeros processos e *stakeholders*, desde a extração da matéria-prima até o fim da vida útil de uma peça de vestuário, calçado, acessório entre outros produtos. O primeiro volume apresenta 21 capítulos e se inicia com uma abordagem histórica e sociocultural da moda, com pesquisas sobre o vestuário as e relações sociais hierárquicas, apontando como a partir da vestimenta se davam as relações de classes no Brasil, bem como a identidade da moda brasileira foi influenciada por determinadas culturas, como a europeia, africana e indígena. Nesse sentido, a moda é tratada como fenômeno que traz o novo como fator de estratificação social, diferenciação, e construção de identidades abordado também por perspectivas semióticas e psicanalíticas.

Sendo assim é possível ainda relacionar a moda com a produção da indumentária cênica, apontando como esta auxilia na construção das identidades dos personagens e as percepções acerca dos processos de construção do figurino.

Já o volume dois nos seus 36 capítulos trata a moda no âmbito da cadeia produtiva têxtil e de confecção que envolve os processos e empresas que atuam no desenvolvimento de produtos de moda, desde a extração da matéria-prima até o uso e descarte do vestuário. Aborda o design, a inovação e os processos criativos, como também a sustentabilidade econômica, ambiental e social. E finaliza com discussões acerca da moda no âmbito educacional.

As possibilidades de pesquisas e discussões sobre moda são vastas, por isso neste livro tentamos abordar alguns trabalhos que retratam um panorama geral, com os principais temas relevantes para a área.

Ademais, esperamos que este livro possa fortalecer as pesquisas em moda apontando os desafios e oportunidades, e instigando pesquisadores, professores, designers e demais profissionais envolvidos ao debate e discussão de um setor que impacta de forma significativa no mundo.

Luciana da Silva Bertoso

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
O CADERNO DE TENDÊNCIAS E A BUSCA DA COR A PARTIR DA EXPERIÊNCIA MULTISSENSORIAL COR APLICADA AO DESIGN DE MODA NO SENAI CETIQT	
Mayara Magalhães Sousa Jorge Luiz Diogo Junior Camila Assis Peres Silva	
DOI 10.22533/at.ed.3611921091	
CAPÍTULO 2	8
ESTUDO ERGONÔMICO NO DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO ADEQUADO PARA PRÁTICA DE POLE DANCE	
Iara Thereza Miho Cilense Maria Antonia Romão da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.3611921092	
CAPÍTULO 3	15
LE LIS BLANC E A EXPANSÃO DO UNIVERSO FEMININO: CAMINHO PARA A GESTÃO DE UMA MARCA DE LUXO	
Carolina Oliveira Vinhas Santos Clotilde Pérez	
DOI 10.22533/at.ed.3611921093	
CAPÍTULO 4	37
ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS PARA PRODUTORES DE MODA LOCAL: A MODA AUTORAL ENQUANTO ESTRATÉGIA DE NICHO	
Patricia Affonso Gaspar Décio Estevão do Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.3611921094	
CAPÍTULO 5	48
MODA E TENDÊNCIAS: UMA PROPOSIÇÃO QUE BUSCA PENSAR INOVAÇÃO E ESTRATÉGIAS A PARTIR DE CENÁRIOS DE FUTURO	
Paula Cristina Visoná	
DOI 10.22533/at.ed.3611921095	
CAPÍTULO 6	59
O DESIGNER NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO E SUAS FORMAS DE GESTÃO NA REDUÇÃO DE RESÍDUOS TÊXTEIS	
Liliane da Silva Gonzaga Francisca Dantas Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.3611921096	
CAPÍTULO 7	71
UM ESTUDO SOCIOLÓGICO DA MODA SOB O ARQUÉTIPO DO CONSUMO OBSOLETO	
Julliana Borges Brussio Josenildo Campos Brussio	
DOI 10.22533/at.ed.3611921097	

CAPÍTULO 8	79
SLOW FASHION E O CONSUMO CRÍTICO	
Carolina Conceição e Souza	
DOI 10.22533/at.ed.3611921098	
CAPÍTULO 9	92
LOULOUX, PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEL	
Anerose Perini	
DOI 10.22533/at.ed.3611921099	
CAPÍTULO 10	103
CONSUMO E O IMPACTO SOCIOAMBIENTAL	
UMA ABORDAGEM PARA A CONSCIENTIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E DO CONSUMO E ELIMINAÇÃO DO TRABALHO ESCRAVO CONTEMPORÂNEO	
Camila Carmona Dias	
Marli Daniel	
DOI 10.22533/at.ed.36119210910	
CAPÍTULO 11	115
O FAST-FASHION E O FATOR HUMANO	
Gabriela Garcez Duarte	
DOI 10.22533/at.ed.36119210911	
CAPÍTULO 12	126
GERANDO IMPACTO NA MODA: CASE EMPODERA	
Mayara Magalhães Sousa	
DOI 10.22533/at.ed.36119210912	
CAPÍTULO 13	132
MODA COLABORATIVA: UMA ALTERNATIVA PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL	
Ana Paula Lima de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.36119210913	
CAPÍTULO 14	141
MODA INCLUSIVA: TECNOLOGIAS ASSISTIVAS EM PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM	
Grazyella Cristina Oliveira de Aguiar	
Brenda Teresa Porto de Matos	
Marilise Luiza Martins dos Reis Sayão	
DOI 10.22533/at.ed.36119210914	
CAPÍTULO 15	150
CENÁRIOS FUTUROS PARA O DESIGN SUSTENTÁVEL	
Anerose Perini	
DOI 10.22533/at.ed.36119210915	
CAPÍTULO 16	160
GESTÃO DE GERAÇÃO E DESCARTE DE RESÍDUOS TÊXTEIS: CRADLE- TO-CARDLE E O DESIGN COMO FERRAMENTAS	
Francisca Dantas Mendes	
Maria Cecília Loschiavo dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.36119210916	

CAPÍTULO 17	173
DESLOCAMENTO	
Aline Franciele Pena da Silva	
Giovana Zemella Cardoso	
Samara Alves da Silva	
Vanessa Silva dos Santos Beserra	
DOI 10.22533/at.ed.36119210917	
CAPÍTULO 18	191
UPCYCLE: REAPROVEITANDO MATERIAIS DA INDÚSTRIA DE BONÉS PARA A CONCEPÇÃO DE NOVOS PRODUTOS DE MODA	
Larissa Cândido da Silva	
Lara de Almeida Figueiredo Silva	
Nélio Pinheiro	
Lívia Marsari Pereira	
Patrícia Aparecida de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.36119210918	
CAPÍTULO 19	196
VOCAÇÃO REGIONAL E DESIGN: ARTES MANUAIS DA REGIÃO DO MÉDIO VALE DO ITAJAÍ	
Luciane Ropelatto	
Carolina Pianizzer	
DOI 10.22533/at.ed.36119210919	
CAPÍTULO 20	209
SEREIAS COLORIDAS: O PAPEL DA COR NO ARTESANATO DAS SEREIAS DA PENHA	
Raissa Albuquerque dos Anjos	
Ingrid Moura Wanderley	
DOI 10.22533/at.ed.36119210920	
CAPÍTULO 21	220
O DESIGN DE SUPERFÍCIE EM BOLSAS COM APLICAÇÃO DE RESÍDUOS DE COURO	
Fabiola de Almeida Rabelo	
Maria de Jesus Farias Medeiros	
Andrêina de Almeida Rabelo	
DOI 10.22533/at.ed.36119210921	
CAPÍTULO 22	232
TINGIMENTO NATURAL: ANÁLISE COMPORTAMENTAL DE AMOSTRAS TÊXTEIS A PARTIR DE APLICAÇÃO DE CORANTES NATURAIS	
Aleíse Helena Rubik	
Daniele Deise Antunes Silveira Páris	
DOI 10.22533/at.ed.36119210922	
CAPÍTULO 23	241
SUBLIMAÇÃO BOTÂNICA	
Juliana Rangel de Moraes Pimentel	
Suzana Curi Guerra	
DOI 10.22533/at.ed.36119210923	
CAPÍTULO 24	247
LINGUAGEM POÉTICA E VISUAL DE PATATIVA DO ASSARÉ COMO BASE NO DESENVOLVIMENTO	

DO DESIGN DE SUPERFÍCIE

[Marcolino Morgana Leopoldino](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210924

CAPÍTULO 25 256

DESIGN DE SUPERFÍCIE PARA O MUNDO COMPLEXO: OS PAINÉIS DE ANNE KYRÖ QUINN

[Camila Mota Seron](#)

[Agda Regina de Carvalho](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210925

CAPÍTULO 26 263

DESIGN TÊXTIL: UMA QUESTÃO DE IDENTIDADE NA MODA

[Claudia Carvalho Gaspar Cimino](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210926

CAPÍTULO 27 273

ESTAMPARIA NA MODA PRAIA: VALORIZANDO A IDENTIDADE BRASILEIRA

[Rosane Ribeiro dos Santos](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210927

CAPÍTULO 28 285

O DESAFIO DA GESTÃO DOS CLUSTERS DE MODA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE UM TERRITÓRIO

[Andressa Rando Favorito](#)

[Silvestre Labiak Júnior](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210928

CAPÍTULO 29 296

SENSORIAL MERCHANDISING: UMA ATMOSFERA DE VAREJO MEMORÁVEL COM A COLOR SENSE

[Iris Brenda Mendes Souza e Silva Almeida](#)

[Rafael Lucian](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210929

CAPÍTULO 30 310

FABRICAÇÃO DIGITAL E IMPACTOS NA PRODUÇÃO EM PEQUENA ESCALA NO CAMPO DA MODA: CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO, SUSTENTABILIDADE E INCLUSÃO

[Rafaela Blanch Pires](#)

[Sérgio Régis Moreira Martins](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210930

CAPÍTULO 31 324

REFLEXÕES SOBRE A MANUFATURA ADITIVA NA PRODUÇÃO E CONSUMO DE MODA

[Juliana Miranda](#)

[Vania Teofilo](#)

[Fabio Campos](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210931

CAPÍTULO 32 331

TECNOLOGIA DE IMPRESSÃO 3D COM POLÍMEROS BIODEGRADÁVEIS PARA FABRICAÇÃO DE TÊXTEIS

[Lais Estefani Hornburg](#)

Danilo Corrêa Silva
João E. Chagas Sobral
Bruno D'avila Gruner
Jeferson Daronch

DOI 10.22533/at.ed.36119210932

CAPÍTULO 33 345

COMO TRANSFORMAR O BIÓTIPO: A IMPORTÂNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO NA DISCIPLINA DE ERGONOMIA DO CURSO DE DESIGN DE MODA

Marly de Menezes

DOI 10.22533/at.ed.36119210933

CAPÍTULO 34 354

O CURSO TÉCNICO INTEGRADO EM VESTUÁRIO E A INTERDISCIPLINARIDADE NO PROCESSO ENSINO E APRENDIZAGEM

Lonne Ribeiro Araújo

DOI 10.22533/at.ed.36119210934

CAPÍTULO 35 364

OS DESAFIOS E AS PERSPECTIVAS DA MODA SOB O OLHAR DE PESQUISADORES BRASILEIROS E ESTRANGEIROS

Francisca Dantas Mendes

João Gabriel Farias Barbosa de Araújo

Mariana Costa Laktim

Renata Mayumi Lopes Fujita

DOI 10.22533/at.ed.36119210935

SOBRE A ORGANIZADORA 377

VOCAÇÃO REGIONAL E DESIGN: ARTES MANUAIS DA REGIÃO DO MÉDIO VALE DO ITAJAÍ

Luciane Ropelatto

Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI
Balneário Camboriú – S.C

Carolina Pianizzer,

Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI
Balneário Camboriú – S.C

RESUMO: Este artigo apresenta um estudo acerca da temática vocação regional e o design, com foco nas artes manuais da região do Médio Vale do Itajaí. Teve como objetivo analisar a realidade da dinâmica da criação dos produtos artesanais e dos trabalhos manuais produzidos por artesões residentes em cidades da região, a fim de identificar a existência ou a ausência do processo criativo de design no desenvolvimento dos produtos. O interesse por esta temática se deu pela busca por estudos mais aprofundados sobre referências regionais no Brasil, visando a realização de uma ação investigativa na área de vocações regionais, que são ainda incipientes. A pesquisa explanada teve uma abordagem qualitativa do tipo exploratória, de natureza aplicada. O estudo iniciou com um mapeamento realizado através de pesquisas bibliográficas e contato com as prefeituras dos municípios, seguida de pesquisa de campo realizada por meio de entrevistas. Os dados coletados foram inferidos com os conceitos sobre processo criativo definidos pelos autores

Ambrose e Harris (2011) e Mozota, Klöpsch e Costa. (2010). Como resultado pôde-se entender quem eram esses profissionais, quais materiais utilizavam, como surgiam suas ideias e como era o processo criativo do produto. Ainda, se questionar em que momento o design é levado em consideração, ou não, por esses profissionais. Na análise conclusiva, observou-se que o design criativo pode ser uma das soluções para melhoria, qualificação e valorização dos produtos desenvolvidos por estes profissionais.

PALAVRAS-CHAVE: Brasil; Vocação Regional; Mão de obra artesanal.

ABSTRACT: This article presents a study about the theme Valorizing Products, Territories and Identities: Handcrafted workmanship of the Region of the Médio Vale do Itajaí. It aims to analyze the dynamics of the development of handcrafts products and handwork produced in cities of the Médio Vale do Itajaí in order to identify the existence or absence of the creative design process in product development. The interest in this subject was due to a desire of the academic to search for more in-depth studies in Brazil, and on regional references where one can carry out an investigative action in the area of regional vocations, which are still incipient. The esplanda survey had a qualitative exploratory type approach, of applied nature

The study began with a mapping carried out through bibliographical research and contact with the prefectures of the Municipalities, followed by field research conducted through interviews. The data collected were compared with the concepts about creative process defined by the authors Ambrose and Harris (2011) and Mozota, Klöpsch and Costa (2010). As a result it was possible to understand who these professionals were, which materials they used, how their ideas emerged and what the creative process of the product was like. Still questioning in what moment design is taken into consideration or not by these professionals. In the conclusive analysis, it was observed that the creative design can be one of the solutions for improvement, qualification and valorization of the products developed by these professionals.

KEYWORDS: Brazil; Regional Vocation; Handmade workmanship.

1 | INTRODUÇÃO

O fato de o Brasil ter várias influências étnicas na sua cultura e de ter ampla fonte de referências e diversificadas inspirações, indo além de meia dúzia de elementos estereotipados, permite aos designers fartas possibilidades, além da realização de produtos exclusivos. Nos produtos brasileiros, o diferencial pode ser encontrado como resultado de inspirações regionais, que valorizam os trabalhos manuais e o artesanato e que, por meio deles, impulsionam novas ideias, novas conexões e modelos de negócios, além de preservar o patrimônio cultural do país. De acordo com Moura (2012, p.3) “o design brasileiro contemporâneo tem sido marcado e constituído pela fusão dos vários segmentos da área do design ou pelo rompimento de fronteiras”, ou seja, uma busca constante pela inovação, explorando e experimentando novos repertórios bem como o resgate e valorização dos processos manuais e artesanais.

Oferecer um novo conceito ao artesanato é um dos papéis do design. A parceria e a troca de informação entre designers e os artesãos tem como benefício a oferta de produtos artesanais com valores conceituais agregados. Em trabalhos ligados às cooperativas, aos grupos de rendeiras e de costureiras, dá-se a prática de técnicas artesanais, tais como crochê, renda, fuxico, bordado e trançado, muitas vezes associadas ao emprego de materiais naturais típicos do país, como alguns tipos de fibras, madeiras e palhas. Nesses locais, o desenvolvimento do produto é, geralmente, feito pelo profissional que possui o completo entendimento da técnica. Nota-se, no entanto, que por vezes, o produto é carente de design criativo. Neste contexto, surgiu a questão que permeou esta pesquisa: como é a relação entre o design e as técnicas de artesanato no desenvolvimento de produtos realizados por artesãos?

Assim, este artigo apresenta a pesquisa que teve como objetivo analisar a dinâmica do desenvolvimento de produtos artesanais e de trabalhos manuais de moda produzidos em cidades do Médio Vale do Itajaí, visando a identificação da existência ou da ausência do processo criativo de design na produção de tais artefatos. Os objetivos específicos centraram-se em mapear a mão de obra artesanal existente no

Médio vale do Itajaí e levantar dados indicativos sobre o processo criativo utilizado pelos artesãos.

A pesquisa explanada teve uma abordagem qualitativa do tipo exploratória, de natureza aplicada. O estudo iniciou com um mapeamento da região, realizado por meio de pesquisas bibliográficas e contato com as prefeituras dos municípios da região do Médio Vale do Itajaí. A pesquisa se concentrou nos municípios de Blumenau, Botuverá, Brusque, Gaspar, Guabiruba, Indaial, Pomerode, Rio dos Cedros e Timbó.

Para conseguir informações dos profissionais que realizam trabalhos manuais e do artesanato foi necessário entrar em contato primeiramente com as prefeituras e fundações culturais de cada município, que passaram as informações cadastrais que haviam em seus bancos de dados. Posteriormente, realizou-se uma entrevista com perguntas abertas semiestruturadas, feita por meio de ligações telefônicas e pessoalmente com duração aproximada de 20 minutos. Contou-se com a participação de 23 pessoas, tanto do sexo feminino como masculino, com idade entre 40 e 70 anos. A pesquisa foi realizada no período de 8 de agosto de 2016 a 16 de setembro de 2016, onde foi possível coletar dados e levantar opiniões e atitudes referentes aos profissionais. Definiu-se por não expor a identidade dos entrevistados, optando por intitulá-los com legendas (letras A a U). Os resultados foram inferidos com os conceitos sobre processo criativo definidos pelos autores Ambrose e Harris (2011) e Mozota, Klöpsch e Costa (2011).

2 | DESIGN TERRITÓRIO E VOCAÇÃO REGIONAL

Segundo Krucken (2009), o design vem sendo cada vez mais aceito como uma das ferramentas para a valorização de produtos locais, porque proporciona a preservação de identidades e culturas regionais. O Brasil cresce nesse ramo por ser um país rico em biodiversidade e cultura. Essa riqueza

[...] constitui a base para o desenvolvimento de produtos fortemente ligados à origem e à comunidade local. No entanto, muitas vezes os recursos existentes não são explorados de forma sustentável (econômica, social e ambiental) e não geram riqueza e melhoria na qualidade de vida da comunidade local, assim como, de modo mais abrangente, em nível nacional. (KRUCKEN, 2009, p. 22).

Para Weber (1967), quando se fala de um determinado território a partir de sua “especialização” ou pelo seu “polo” econômico, na maioria das vezes se encontra nesse território união com uma determinada “vocação”. Esta vocação regional se apresenta em locais que já possuem o predomínio de determinada atividade, sendo esta tanto de ordem natural quanto de ordem cultural da região.

De acordo com o IBGE (2013a) muitos são os contrastes geográficos, históricos e culturais que formam a cultura no estado de Santa Catarina. No contexto da pesquisa aqui relatada, o Vale do Itajaí é uma das seis mesorregiões brasileiras do estado de Santa Catarina. Esta compreende uma área de 13.003,018 km², sendo uma

mesorregião composta por 54 municípios agrupados em quatro microrregiões. Como microrregiões estão agrupados os municípios que apresentam, entre si, similaridades econômicas e sociais. “Compreende-se 4 microrregiões: Microrregião de Blumenau, Microrregião de Itajaí, Microrregião de Ituporanga e Microrregião de Rio do Sul”. A microrregião de Blumenau abrange os municípios de Apiúna, Ascurra, Benedito Novo, Blumenau, Botuverá, Brusque, Doutor Pedrinho, Gaspar, Guabiruba, Indaial, Pomerode, Rio dos Cedros e Timbó, situados no Médio Vale do Itajaí, totalizando uma área de 4.754 km² com uma população de 677.553 habitantes.

No estado de Santa Catarina as operações de vocações regionais são diversas. Na região do Médio Vale do Itajaí há o predomínio da vocação para a área têxtil, logo as atividades econômicas e profissionais tendem a se concentrar nesse ramo. Atividades como o artesanato e trabalhos manuais são fortes influências em todos os municípios da região, onde a vocação se apoia, em grande parte, nas características naturais, históricas e culturais do território. (IBGE, 2013b)

3 | ARTESANATO, ARTES MANUAIS E PROCESSO DE DESIGN

A Portaria nº 29, de 05 de outubro de 2010 da Secretaria do Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (BRASIL, 2010, p.100), nos Artigos números 4 e 6, apresenta os seguintes conceitos:

ARTESANATO - Artesanato compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios.

[...]

TRABALHOS MANUAIS - Apesar de exigir destreza e habilidade, a matéria-prima não passa por transformação. Em geral são utilizados moldes pré-definidos e materiais industrializados. As técnicas são aprendidas em cursos rápidos oferecidos por entidades assistenciais.

Ou seja, o artesanato é uma atividade produtiva provinda do próprio trabalho do artesão, por meio do qual há a transformação da matéria prima que resulta num produto com características culturais. Já o trabalho manual terá um produto obtido como resultado de uma atividade feita à mão, porém podendo ser concebido pelo auxílio de máquinas simples, não precisando ter transformação da matéria prima nem características culturais específicas. Hoje, o artesanato e os trabalhos manuais voltaram a ter notoriedade e importância.

Valorizando o produto da região, a consequência é o aumento do fator econômico – fonte de renda para muitas famílias. Conforme Pesquisa de Informações Básicas Municipais, realizada pelo IBGE (2015), entre as atividades artísticas, o artesanato se encontrava presente em 78,6% das cidades brasileiras e em 2006 esse percentual

era de 64,3%. Os dados refletem a importância que este trabalho tem na geração da renda brasileira. Souza e Queiroz (2015), comentam que os produtos realizados por técnicas manuais promovem o plano de desenvolvimento econômico e ao mesmo tempo resgatam, fortalecem, preservam e dão continuidade ao aspecto cultural da região, conseqüentemente despertam o interesse do Estado. Silva (2011) reforça no contexto apresentado, que o papel do designer é muito importante, pois ele pode criar um elo entre as necessidades do mercado e o conhecimento das técnicas que profissionais têm a oferecer, ajudando também a preservar e a manter a cultura.

Uma das definições dadas ao design é a que se trata de uma atividade que confere “forma e ordem para atividades cotidianas” (POTTER, 1980, p.55, tradução nossa), envolve muita criatividade e está direcionada pelo processo. Desta forma, a criatividade é voltada para a produção de um produto prático e viável, resultado da solução para um problema.

O processo de design busca gerar ideias possíveis fazendo uso de variadas técnicas que estimulem o designer a pensar e buscar por soluções criativas e inovadoras. Para Mozota, Klöpsch e Costa (2011), este processo criativo está relacionado a cinco etapas, onde cada uma delas tem um objetivo diferente e visa gerar resultados visuais elaborados. Inicia-se o processo na etapa 0, ou etapa preliminar, que é a de *Investigação*, ou seja, a fase onde a oportunidade ou a necessidade é identificada, onde começam a surgir ideias e quando se observa que esta necessidade pode ser convertida em um conceito de design. A etapa de número 1, chamada de *Pesquisa*, ocorre quando o designer analisa o *briefing*, identificando o problema e o objetivo do projeto. Neste momento, além de avaliar a oportunidade e a importância do projeto para a empresa, são feitas perguntas diversas para que se entenda melhor os dados e a decisão que levou a empresa a lançar o projeto.

A etapa de número 2, chamada de *Exploração*, dá-se após compreender o problema. O designer com seus recursos criativos começa a fazer esboços de diferentes formas possíveis que o projeto pode adquirir. A etapa de número 3, denominada *Desenvolvimento*, ocorre quando são apresentados os desenhos técnicos e as soluções escolhidas em três dimensões (3D). Os esboços em tamanho real possibilitam que designer verifique se há restrições técnicas para a montagem do produto. A etapa de número 4, a *Realização*, são feitos os testes e a confecção do protótipo para o projeto. O designer, nesta etapa, também cria documentos que definem quais serão os materiais utilizados, a cor e o tratamento de superfície. Na etapa 5, chamada *Avaliações*, envolve os controles técnicos, os testes de cálculo e a avaliação de mercado. O cliente, nesta etapa, também pode pedir que o designer faça ilustrações, vistas do produto e documentos de comunicações.

Outros autores que tratam sobre processo de design e têm uma visão distinta sobre as etapas são Ambrose e Harris (2011). Para eles, o processo de design é dividido em 7 etapas, em que primeiro deve-se definir o problema e o público-alvo, ou seja, determinar o que é necessário para o projeto ser bem-sucedido. A segunda etapa,

de pesquisa, analisa o histórico do problema, realiza levantamentos com usuários finais e identifica possíveis obstáculos. A etapa de número 3 envolve as gerações de ideias, quando as necessidades do consumidor final são percebidas e, a partir disto, as ideias são geradas. A próxima etapa engloba os testes de protótipos, que tratam do desenvolvimento das ideias propostas anteriormente. A etapa de seleção trata das soluções analisadas em relação ao objetivo do *briefing*. A etapa de implementação foca no desenvolvimento e na entrega final à empresa. A etapa final de aprendizado auxilia os designers a aprimorar o desempenho, procurando obter os *feedbacks* do cliente e do público, analisando se a solução proposta atingiu os objetivos iniciais.

Observando os conceitos de processo de design, tanto apresentados por Mozota, Klöpsch e Costa (2011), quanto por Ambrose e Harris (2011), pode-se entender que ele consiste no mapeamento da visão e dos processos inseridos na vida dos indivíduos. Visa obter um espectro completo sobre a solução de determinados problemas. Desta maneira, é possível identificar melhor as barreiras e, assim, gerar alternativas que sejam viáveis. Não parte de argumentos aleatórios, mas sim de levantamentos reais das necessidades do consumidor. Ao estabelecer um processo de design que defina objetivos claros, o designer pode analisar resultados e verificar o que poderá ser feito para chegar a resultados futuros, o que seria algo mais difícil de concretizar sem que um processo fosse utilizado.

4 | COLETA DE DADOS

Visando observar como os profissionais do artesanato e dos trabalhos manuais desenvolvem seus produtos e, assim, verificar se o design está presente nesse processo, a pesquisa iniciou com o mapeamento da região do Médio Vale do Itajaí. Nas regiões pesquisadas, notou-se que os artesões praticam mais do que uma técnica, sendo que alguns trabalhos destacam-se em certas regiões como: em Pomerode e em Botuverá as técnicas predominantes são as pinturas típicas da região; em Brusque e Guabiruba o patchwork e as bonecas de pano tem mais força; em Rio dos Cedros destaca-se a técnica do vime; em Gaspar, Timbó, Rodeio e Indaial é predominante a técnica do crochê e tricô; já em Blumenau os bordados ganham destaque.

Nas etapas das entrevistas, um grande ‘dificultador’ foi contar com a participação de sujeitos na pesquisa, devido à disponibilidade e distância dos mesmos. Dentre os que participaram, contou-se com sua boa vontade e interesse. A fim de não expor os participantes, suas identidades foram mantidas em sigilo. Cada entrevista foi iniciada com as devidas apresentações seguidas pela descrição das características da pesquisa, buscando deixar claro, ao entrevistado, o interesse e finalidade da investigação.

A busca pelo artesanato e pelo trabalho manual veio, principalmente, pelo próprio interesse de poder adquirir uma fonte de renda alternativa. Para estarem em constante aprendizado, muitos procuram por cursos na sua área e até mesmo buscam conhecer novas técnicas, a fim de levar diferenciação aos seus produtos. A profissão é uma

extensão do que é considerado como a vocação da região. Observou-se que a grande maioria dos profissionais praticam e possuem o conhecimento de mais de uma técnica, conseguindo produzir grande número de produtos, desde bolsas, toalhas, colchas, quadros, artefatos de decoração, dentre outros.

Quando lhes foi perguntado como buscam inspirações para realizar seus trabalhos, cerca de 80% dos entrevistados comentaram que se utilizam da *internet* e de revistas. Destacaram, contudo, que não fazem uma cópia fiel do que é visto, pois sempre modificam algo e dão seu toque particular. Alguns citaram que também se inspiram na própria cultura da região e na natureza. Apenas o entrevistado “S” comentou que busca muito de suas ideias no que está na mídia, acreditando que o artesanato não é apenas “o fuxico do interior”.

Dentre tantos diferenciais que este trabalho pode agregar a um produto estão a qualidade, o acabamento e a exclusividade. O entrevistado “P” comentou que uma das principais características do artesanato é ter no artefato algo da pessoa que o elaborou, mas que, nos dias de hoje, existem diversos tipos de trabalhos que os artesãos produzem quase em escala. O entrevistado acredita que no artesanato que vemos atualmente falta um pouco da identidade da pessoa no trabalho que ela está fazendo. Ainda, quando indagado se o entrevistado concorda que o produto teria que ser algo mais exclusivo, o mesmo confirma que sim. Para ele, o artesão irá colocar uma característica que é sua naquele determinado trabalho. Completa, contudo, que muitos estão realizando artesanato apenas por meio de cópias de revistas e que, deste modo, fica tudo massificado, igual.

Uma ideia contrária desta do entrevistado “P” é a dos entrevistados “B” e “D”. Citam, como uma dificuldade, não poderem reproduzir peças em quantidades e variedades de cores e tamanhos. Outra dificuldade muito expressa nas entrevistas foi a falta de profissionais capacitados. Como comenta o entrevistado “I”, os artesãos não qualificados produzem com preços baixos, gerando produtos sem acabamento, sem qualidade de materiais e apenas reproduzindo cópias, o que torna cada vez mais difícil a valorização de um bom trabalho artesanal.

A desvalorização foi um item muito ressaltado nas entrevistas. O entrevistado “R” comentou que o consumidor não sabe dar valor ao artesanato. Para ele, o artesão investe dinheiro e tempo a fim de fazer uma peça boa. Muitas vezes leva um dia inteiro ou mais para efetivar o produto, tendo custo alto e as pessoas nem sempre dão o devido valor que aquele produto realmente merece. Sendo assim, dificilmente o artesão é recompensado pelo seu trabalho.

Ainda os entrevistados “F” e “K” afirmam que os consumidores não possuem a cultura do artesanato, não entendem o conceito da arte, a história do produto, o tempo investido da sua produção e o material de qualidade que foi utilizado, por isso não o valorizam. Quando se deparam com o preço, ‘acham absurdo’, pensam que poderia ser comprado no “1,99”. O entrevistado “T” afirma que a dificuldade se encontra especialmente no preço, pois coloca-se um determinado valor que é maior pelo

acabamento empregado, ou seja, por ser um produto melhor. Porém, há artesãos que dizem fazer o mesmo pela metade do preço. Muitos consumidores que não entendem e acabam optando pelo mais barato, sem observar, por exemplo, a escolha do tecido, a combinação de cores, o detalhe ou o acabamento.

Deste modo, pôde-se observar que muitos profissionais ainda não trabalham integralmente com o artesanato como única fonte de renda devido a esta desvalorização. O entrevistado “F” comentou que o artesanato não lhe dá o merecido retorno. Os entrevistados “Q” e “U” comentaram a falta de apoio de prefeituras e governo. O entrevistado “U” enfatizou que a prefeitura oferece professores de artesanato para dar aulas nos bairros, porém a própria prefeitura não disponibiliza materiais como tecidos ou moldes. Ainda comentou que a prefeitura providencia feiras para a venda e amostra deste tipo de trabalho, mas o espaço é pequeno e não há divulgação do evento. Para ele, essa questão mostra a falta de interesse da prefeitura, que poderia procurar entender mais sobre as técnicas e de que maneira seria apropriado oferecer os cursos, além de fornecer um local adequado para a venda dos produtos.

A compilação dos dados completos das entrevistas encontra-se no Quadro 1.

ENTREVISADOS	REGIÃO	TÉCNICAS	CURSOS	AQUISIÇÃO MATERIA PRIMA	IDEIAS	PRODUTOS	ESTILO PRÓPRIO	DIFERENCIAL	OBJETIVO	VENDA	DESAFIOS E DIFICULDADES
"A"	Blumenau	Patchwork	Sim	Lojas	Necessidade, internet, natureza, pontos turísticos	Bolsas, carteiras, mochilas, jogo americano, necessários	Sim	Qualidade	Auxilia na renda	Facebook, amigos e mercado livre	Valorização, reconhecimento
"B"	Blumenau	Bordado, croché, tricô e pintura	Sim	Lojas e outros profissionais	Necessidades	Roupa, bolsa, toalha, nécessaire, porta biju, penais, lancheiras	Sim	Qualidade e acabamento	Renda	Feiras	Produzir em quantidade
"C"	Blumenau	Pintura	Sim	Lojas	Internet	Bonecas, coelhos, bolsas, Noel, placas para lavabo, porta chaves	Sim	História da peça	Renda	Loja na vila germânica	Não possui

"J"	"I"	"H"	"G"	"F"	"E"	"D"
Pomerode	Pomerode	Indaial	Gaspar	Botuverá	Botuverá	Blumenau
Pintura em tecido e madeira	Pintura country e bauernmalerei em madeira (pintura campestre alemã)	Tricô, crochê, bordado, pintura	Tricô e crochê	Pintura em quadros	Crochê, tricô, bordado	Bordado
Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Sim
Lojas e reutiliza materiais	Loja	Loja	Lojas	Lojas	Viés, recolhe o que iria ser jogado no	Lojas
Se inspira na cultura da região e paisagens	Ideias próprias	Revista, internet, ideias próprias	Internet e ideias próprias	Natureza, a partir de uma imagem	Ideias próprias	Ideia própria
Roupa, bolsa, toalhas, pano de prato, pinturas em caixas para decoração	Coelhos de pascoa, placa de jardim, móveis, portas, batedor de manteiga, bancos	Panos de prato, toalhas de banho, roupas em tricô para recém-nascidos, crochê. Bordados,	Roupas, bolsas, toalhas	Quadros	Puxa saco, toalhas, roupas, capas para bebedor de água	Produtos para cozinha, decoração, mantas, almofadas
Sim, possui um braço personalizado	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim
X	Peças únicas e exclusivas	História	Produto feito à mão, qualidade	X	X	História da peça
Renda	Renda	Auxilia na renda	Renda	Passatempo	Passatempo	Renda
Expõe o trabalho em lojas da cidade	Boca a boca e lojas pela cidade	Feiras e boca a boca	Feira e boca a boca	Não vende	Não vende	Feiras e loja na vila germânica
Falta de material, acredita que não possui desvalorização	Competitividade, não possui profissionais qualificados	Acredita que não possui desalto	Valorização	Povo não tem cultura sobre artesanato, não valorização	Valorização	Produzir em quantidade, variedades de cores e tamanhos

II

"Q"	"P"	"O"	"N"	"M"	"L"	"K"
Brusque	Brusque	Timbó	Timbó	Rodeio	Rio dos cedros	Pomerode
Luminárias rústicas feita com canoa do cacho do coqueiro	Patchwork	Patchwork	Croché, pintura, tricô e bordados	Patchwork e tricô	Vime	Pintura
Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Da natureza	Lojas	Loja	Loja	Lojas	Lojas	Lojas
Na própria natureza	Revistas importadas, ideias próprias	Revistas e ideias próprias	Revistas e ideias próprias	Revista, internet e feiras	Necessidade e revistas	Na terra, homem, paisagem, a partir de uma imagem
Luminárias	Colchas, toalhas, decoração, almofada	Toalha, capa de almofada, kit cozinha, colcha	Bolsa, toalhas	Patchwork tradicional (bonecos, toalhas de rosto e lavabo, trilhos de mesa/balcão, nécessaire, bolsas, fixerinho para carro, capa galão de água e outros)	Móveis, baú, cesteira	Escultura e quadros
Sim	Sim	Não	Não	Sim	Não	Sim (impressionista)
Diferente e inovador	Poder passar ao produto sua identidade	Exclusividade	X	Trabalhos únicos	Qualidade	Produtos únicos
Auxilia na renda	Renda	Renda	Renda	Auxílio na renda	Renda	Renda
Encomendas, feiras, facebook	encomendas	Apenas por encomenda	Feira	Feiras, facebook, boca boca	Possui loja própria	No seu próprio atelier
Falta de incentivo do governo federal, estadual	Valorização, profissionais capacitados e produção em quantidade	Valorização e entendimento do consumidor	Valorização	Valorização e entendimento do consumidor na hora do preço	Crise	Valorização, consumidor não entende o conceito

"U"	"T"	"S"	"R"
Brusque	Brusque	Brusque	Brusque
Tricô, crochê, bordado, bonecas, pintura	Patchwork, madeira, bonecas, bordado	Patchwork, madeira	Bonecas
Sim	Sim	Sim	Sim
Utiliza de reciclados e lojas	Lojas	Lojas	Lojas
Internet, próprias ideias, revista	Internet, revista	Mídia e tendências	Revistas e internet
Bonecas, colchas, bolsas, almofadas, decorações, roupas, tiara de cabelo	Bonecas, bolsas, toalhas	Almofadas, caixas de madeiras, decoração, bolsas, roupas	Bonecas de pano, almofadas, bichinhos
Sim	Sim	Sim	Sim
Qualidade, exclusividade	Exclusividade, personalizado	Qualidade, peça única, colocar sua	Qualidade, exclusividade
Renda	Auxilia na renda	Renda	Renda
Boca a boca, encomendas e facebook	Facebook e boca a boca	Facebook, boca a boca e encomendas	Boca a boca e encomendas
Valorização, entendimento do consumidor	Valorização, concorrência de preço,	Valorização, entendimento do consumidor,	Valorização

=Quadro 1 – Resultado de entrevistas com profissionais da área de artesanato e trabalho manual do Médio Vale do Itajaí

Fonte: Elaborado pelos autores

Mesmo com a desvalorização dos trabalhos manuais realizados por esses profissionais e todas as dificuldades citadas, notou-se a emoção na fala de todos os entrevistados e a paixão pelo que fazem. Ficou evidenciado que não realizam seus trabalhos apenas pelo aspecto econômico e financeiro, mas também pela gratificação e pelo prazer de poder atuar no mercado com um produto próprio, de qualidade e exclusividade.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve o intuito de mapear a região do Médio Vale do Itajaí em busca de profissionais da área do artesanato e trabalhos manuais, buscando entender quem eram estes profissionais, quais materiais utilizavam, como surgiam suas ideias e como era o processo criativo do seu produto. Buscou-se questionar em que momento o design é levado em consideração, ou não, na criação dos produtos. Ainda, saber se seus trabalhos são valorizados, quais são os seus maiores desafios e dificuldades em atuar nesta área.

A partir dos conceitos observados sobre processo de design tratados pelos autores Mozota, Klöpsch e Costa (2011) e Ambrose e Harris (2011), constatou-se por meio das entrevistas, ausência de etapas do processo criativo. Os projetos desenvolvidos pelos profissionais entrevistados iniciam por ideias encontradas em pesquisas

realizadas nos meios virtuais e revistas, desenvolvendo produtos de resultado similar ao que pesquisaram. Como não procuram entender seu público, não há a definição de um problema ou uma necessidade, logicamente desconhecem a melhor forma para solucioná-lo. Também se observou que não realizam gerações de alternativas, esboços dos projetos ou protótipos. Os profissionais partem da ideia para a realização final do produto, nem desenvolvem, testes de combinações de cores ou usabilidade. Quando se trata de design, ficou evidente que os profissionais desconhecem a sua contribuição quanto à melhoria de seus produtos. Deste modo, existem possibilidades a serem criadas e desenvolvidas envolvendo educação, design, tecnologia e trabalhos manuais. Estes produtos representam o trabalho de uma longa jornada, que envolve diversos recursos, tais como biodiversidade, costumes e o modo de fazer tradicional.

Entender a qualidade destes produtos originais, que são ricos em cultura e significado, e conseguir compartilhá-los com a sociedade, que na maioria das vezes não reconhece o contexto de origem e a história do produto, é uma tarefa difícil, que requer sensibilidade e responsabilidade. Deste modo, com a globalização, o maior desafio e papel principal de contribuição do design para impulsionar os produtos de território e valorizar o patrimônio cultural, é identificar e compreender os valores e qualidades locais, captando seu modo de produção e seus significados. Incentivar a economia local, valorizando e promovendo essa mão-de-obra de modo que gere parcerias com criadores e traga benefícios à comunidade, parece ser o caminho para que, no futuro, seja proporcionado o conhecimento em torno novas possibilidades que irão motivar outros grupos e associações a investirem no potencial da comunidade.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Design Thinking: s.m. ação ou prática de pensar o design. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Secretaria de Comércio e Serviços. **Portaria nº 29**, de 05 de outubro de 2010. Torna pública a base conceitual do artesanato brasileiro para padronizar e estabelecer os parâmetros de atuação do Programa do Artesanato Brasileiro - PAB em todo o território nacional. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=06/10/2010&jornal=1&pagina=100&totalArquivos=152>>. Acesso em: 12 Out. 2016.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil dos estados e dos municípios brasileiros**: cultura: 2014. Rio de Janeiro: IBGE. 2015

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Atlas do Censo Demográfico – 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2013a.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais – 2007-2010**. Col. Estudos e Pesquisas: Informação Demográfica e Socioeconômica, n. 31. Rio de Janeiro, 2013b.

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

MOZOTA, Brigitte Borja de; KLÖPSCH, Cássia; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. **Gestão do**

design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MOURA, MÔNICA. **O Contemporâneo no Design Brasileiro**: reflexão sobre objetos. *In*: Congresso Internacional de Deseño. Córdoba, Argentina: CIDI, 2012. Disponível em: < https://www.academia.edu/4577176/O_Contempor%C3%A2neo_no_Design_Brasileiro>. Acesso em: 13 Dez. 2016.

POTTER, Norman. What is a designer? Things, places, messages. London: Hyphen Press, 1980.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. **Quando a cultura entra na moda: mercantilização do artesanato e suas repercussões no cotidiano de bordadeiras de Maranguape**. Fortaleza, CE: Edições UFC, 2011.

SOUZA, Kássia; QUEIROZ, Cyntia. **Moda, Design e Artesanato**. *In*: 11º Colóquio de Moda – 8ª Edição Internacional 2º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda, 2015. Disponível em: >http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio de Moda_2015/ COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-3-MODA-DESIGN-E-ARTESANATO.pdf>. Acesso em: 18. Nov. 2016.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora. 1967.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-336-1

