

RELAÇÃO ENTRE DESIGN E EMPREENDEDORISMO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Thaís P. Serafini

UNISINOS

Porto Alegre/RS, Brasil
thais.serafini@gmail.com

Carlo Franzato

UNISINOS

Porto Alegre/RS, Brasil
cfranzato@unisinis.br

RESUMO

Na sociedade em rede, na economia do conhecimento e com o auxílio das novas tecnologias da informação e da comunicação, é possível articular organizações leves e flexíveis para empreender em novas ideias de negócios inovadores. Neste sentido, os designers encontram oportunidades inéditas na possibilidade da autoprodução e na facilidade de acesso ao mercado através das novas tecnologias. Este artigo apresenta uma revisão sistemática sobre a relação entre design e empreendedorismo em revistas de design qualificadas e em um motor de busca de artigos científicos. Como resultado, o artigo caracteriza e organiza os principais temas que articulam tal relação e prospecta a emergência de um designer-empREENDEDOR.

Keywords: Design, Empreendedorismo, Revisão de literatura.

ABSTRACT

In a network society, in the knowledge-based economy and with the support of new information and communication technologies, it is possible to articulate flexible organizations in order to create new and innovative business ideas. In this way, designers find new opportunities in the possibility of selfproduction and in the easy access to the market through new technologies. This article

presents a systematic review about the relationship between design and entrepreneurship in qualified design journals and in a scientific search engine. As a result, the paper identifies and organizes the main themes that articulate such relationship and prospects the emergence of a designer-entrepreneur.

Keywords: Design, Entrepreneurship, Literature review.

INTRODUÇÃO

Diversos são os fatores que tem originado um novo cenário de atuação para os designers. Os rápidos avanços nas novas tecnologias de informação e fabricação estão redefinindo os sistemas de produção, comercialização e distribuição e tornando-os mais distribuídos. Os produtos, por sua vez, caminham em direção à desmaterialização. Os mercados estão se tornando ainda mais globais e aproximam produtores e usuários ao criar redes que não são mais definidas pela localização geográfica. Para os designers, estes avanços significam que ele se torna um ator com a possibilidade de produzir e distribuir produtos. [1]

Os objetos de projeto, na sociedade contemporânea, são sistemas complexos, materiais e imateriais, nos quais existem conexões novas entre pessoas, produtos e serviços. Para os designers, são sinais de mudança de foco em sua atuação, saindo de uma