

# **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

cultura orientada pelo produto, na qual o bem material estava no centro, para a consciência de uma abordagem sistêmica focada nas interações. Ao incorporar processos colaborativos de projeto, muda também o papel e a posição dos designers nos sistemas de produção e nos processos de design. [2]

Os designers estão enfrentando transições importantes do ponto de vista das dinâmicas da criatividade e inovação e elas estão provocando uma transformação nas características dos jovens designers. [3] Esta teoria tem como base algumas premissas, partindo de redefinições nas indústrias, nos mercados, nos produtos, para então concluir que os processos projetuais e os designers também não são mais como costumavam ser. Segundo o autor supracitado, a lógica é que, se os processos produtivos e os produtos estão mudando, os processos de design que os geram também podem mudar, principalmente no sentido de incluir novos atores em processos mais abertos e colaborativos. Portanto, entende-se que estas novas direções têm aumentado a complexidade do fazer projetual e os jovens designers passam a enfrentar um mundo no qual as categorias pré-definidas (como fabricantes e usuários) não existem mais ou foram profundamente modificadas. [3]. Emergem novas formas de criatividade, como aquela em que o designer se aproxima do fazer artesanal e passa a se ocupar de todas as etapas do seu processo, desde a criação da ideia até sua produção e comercialização.

É neste cenário incerto emergente - no qual Manzini [2] propõe que o foco deve migrar dos riscos para as oportunidades criadas - que Margolin [1] indica existir a possibilidade para os designers de produzir e distribuir seus produtos, sem impedimentos para tornarem-se empreendedores. O designer autoprodutor, aquele que tem controle de todas as fases do processo e é capaz de dar forma concreta às suas ideias, segundo Micceli [4], é uma figura híbrida e que tem consciência das conexões entre projeto, produção, trabalho, comércio, valor, comunicação e meio. Conforme Zen e Fracasso [5], surge com Schumpeter a caracterização do empreendedor como aquele que gera inovação. Este é o ator que sabe aproveitar oportunidades

para introduzir a invenção na indústria, criando novos produtos ou serviços e novas formas organizacionais.

Apesar dos desenvolvimentos de pesquisas que apontam para uma nova atuação dos designers, pode-se entender que ainda não existem dados quantitativos suficientes para consolidar esta figura híbrida, pois trata-se de um fenômeno manifestado apenas por experiências significativas [6]. É a partir deste panorama que o presente artigo se propõe a uma revisão sistemática da literatura, entendendo a importância da exploração desta transformação do design junto ao processo de empreendedorismo.

O método utilizado para a revisão parte de buscas realizadas em revistas selecionadas da área do design e no Google Scholar utilizando critérios objetivos. As entradas foram analisadas de maneira qualitativa, através de seus títulos, resumos e palavras-chave. Propõe-se, finalmente, uma organização dos principais temas das entradas encontradas e de como estes se relacionam ao assunto da busca.

## **MÉTODO**

Primeiramente foi feita a seleção de revistas da área do design que pudessem contribuir de maneira conceituada ao tema. As publicações escolhidas para a busca foram as seguintes: Design Studies (classificação A1 pela área de Arquitetura, Urbanismo e Design do sistema WebQualis), que explora processos de design e aspectos fundamentais da atividade de design; Journal of Design Research (classificação A1 pela área de Arquitetura, Urbanismo e Design do sistema WebQualis) cujo foco é estudos que integram ciências sociais e disciplinas do design; Design Management Journal, que relaciona o design a assuntos de interesse da pesquisa, como inovação e estratégias organizacionais; CoDesign – International Journal of CoCreation in design and the arts, por explorar a natureza do design em práticas criativas colaborativas; Design Issues, pelo interesse em assuntos culturais e intelectuais envolvidos no design e o International Journal of Design, por encorajar pesquisa sobre o impacto de fatores culturais na teoria e prática do design.

Dado que a presente pesquisa tem foco no profissional e na sua relação com o empreendedorismo, a busca foi realizada utilizando o termo “designer”, junto a outras três palavras: “designer AND (entrepreneur OR entrepreneurship OR entrepreneurial)” - operadores “AND” e “OR” foram utilizados para que o sistema buscasse entradas onde o termo designer tivesse sido utilizado junto a um dos três termos seguintes. A intenção de utilizar três termos relativos ao empreendedorismo (empreendedor, empreendedorismo e a qualidade empreendedora) em uma busca única é a de ampliar as possibilidades de resultados (tabela 1).

Revista	Número de artigos
Design Studies	49
Journal of Design Research	0
Design Management Journal	9
CoDesign	9
Design Issues	41
International Journal of Design	5
<b>TOTAL</b>	<b>113</b>

Tabela 1 – Artigos em revistas

Por tratar-se de um tema em desenvolvimento e que ainda foi pouco explorado, considerou-se relevante ampliar a sua exploração através de uma pesquisa na base de dados do Google Scholar (tabela 2). Google Scholar é um motor de busca de artigos científicos que opera uma metapesquisa em múltiplas bases de dados, inclusive as mais reconhecidas, como Scopus de Elsevier [7] e Web of Science de Thomson ISI [8]. Segundo Khabsa e Lee Giles [9], Google Scholar permite pesquisar em 87% da literatura em língua inglesa disponível na web. As pesquisas no Google Scholar privilegiam a quantidade à qualidade, considerando um número de artigos dificilmente gerenciável e incluindo publicações que não passaram por rígidos processos de avaliação. Google Scholar, porém, permite acessar trabalhos mais recentes ou até em andamento que podem apenas ter sido socializados em eventos ou por meio de working papers. [10]

Por tratar-se de uma base de abrangência muito maior, optou-se por limitar a busca usando

os termos de forma mais refinada: “'Designer entrepreneur' OR 'Entrepreneur designer'”. Neste caso, se utilizou o termo “or” para realizar uma única busca com estas variações de termos junto a “designer”.

	Número de artigos
Google Scholar	191

Tabela 2 – Busca no Google Scholar

Os artigos encontrados em ambas as buscas foram revisados através de leitura de título, resumo e palavras-chave. A partir desta etapa, foram selecionadas as entradas para leitura, de forma a organiza-las de maneira qualitativa, procurando entender quais os seus temas centrais e como se relacionam com designers e empreendedorismo. Foram selecionados aqueles temas que apresentavam ligação com a problematização desenvolvida na parte introdutória deste artigo, que diz respeito à nova atuação dos designers. Deste modo, surgiram cinco grandes temas (tabela 3).

Tema	Número de artigos
Design e Inovação Social	11
Open Design e processos criativos	9
Design e Gestão	23
Design e educação	16
Design e atuação empreendedora	4

Tabela 3 - Artigos e temas selecionados

Os temas identificados podem auxiliar na exploração da figura híbrida do designer empreendedor a partir de uma compreensão de como o tema está sendo tratado em publicações da área (figura 1).

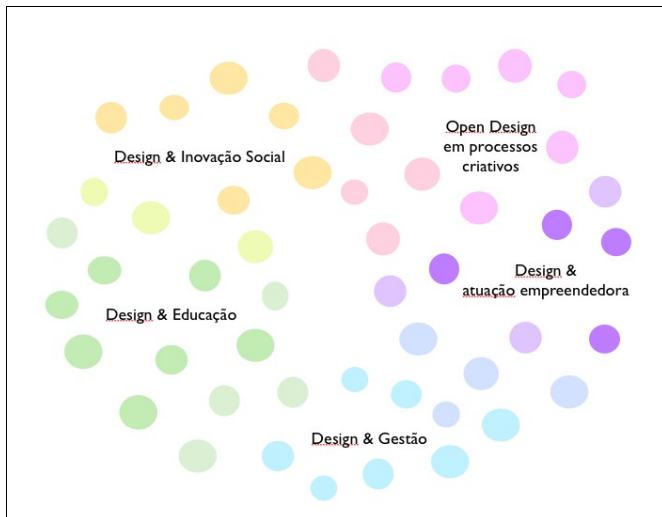


Figura 1 – Temas relacionados a design e empreendedorismo na revisão

O tema Design & Educação concentra os artigos que sugerem que o empreendedorismo é uma característica não presente na formação dos designers, em diferentes níveis de ensino. São indícios de um movimento que prevê possíveis mudanças curriculares para a educação dos designers. Para Margolin [1], as escolas de design que, tradicionalmente, se ocuparam em preparar os designers para servirem as demandas da indústria ao invés de prepará-los para tornarem-se empreendedores, deveriam atentar para este novo cenário. Ao identificar o surgimento dos designers empreendedores, o autor sugere que é preciso oferecer aos estudantes em design – ou aqueles interessados em produzir seus próprios produtos – um tipo de conhecimento ligado à tecnologia, ao marketing, e à gestão, além de design. Desta maneira, entre os artigos selecionados, percebe-se também uma discussão sobre o papel das universidades e dos currículos na formação de habilidades e competências específicas, como o empreendedorismo.

A participação do design em projetos de desenvolvimento social é o tema dos artigos que relacionam design, empreendedorismo e contexto local. São estudos que incluem colaboração e sustentabilidade como eixos para promover inovação social. Conforme Manzini [2], inovações sociais são agentes poderosos de mudança e podem ser promovidas por atores orientados pelo design. O empreendedorismo é tratado como forma de atuar na dimensão local, desenvolvendo comunidades e empoderando-a para um desenvolvimento sustentável. Entende-se, assim, que o âmbito social se apresenta como uma ampliação de atuação para os designers.

O empreendedorismo também é relacionado ao design no contexto de organizações e empresas. São estudos que tratam de modelos de negócios, de gestão do design e de processos de inovação. O design surge como processo de tomada de decisão e de resolução de problemas e como vantagem competitiva a ser gerenciada pela organização. Nestes casos, o empreendedorismo ainda é tratado essencialmente no âmbito tradicional de empresas.

Processos criativos mais abertos e experimentais também são tratados em publicações que relacionam os temas buscados. A partir de modelos distribuídos de produção e do fazer coletivo possibilitado por novas tecnologias, designers e criativos passam a integrar e protagonizar novos processos projetuais. Temas como fabricação pessoal, redes de projeto e movimento Maker estão presentes em grande parte deste grupo de entradas.

Finalmente, existem publicações que trazem avanços na exploração das características deste novo perfil de jovens designers empreendedores, essencialmente os estudos de Maffei e Bianchini [11, 12]. A pesquisa realizada por Arquilla, Bianchini e Maffei [6] trata de abordagens que surgem a partir das novas relações entre projeto, empresas e distribuição no contexto do sistema produtivo italiano. Nesta realidade, ligada à autoprodução e à microprodução distribuída, emerge uma nova categoria de atores entre a nova geração de designers italianos. Os autores apontam que a figura por eles intitulada “designer=enterprise” representa os casos em que o designer não

oferece mais os seus serviços a uma empresa, mas torna-se ele mesmo uma empresa. Esta atuação cria novos tipos de relações com outras empresas, outros profissionais e com os mercados, pois o designer se torna ativador e gestor do seu processo completo e assim acaba por reconfigurar a cadeia de produção e distribuição existente. Da mesma maneira, Margolin [1] sugere que os designers empreendedores podem desafiar o sistema de produção industrial pois eles produzem pequenas escalas e criam novos nichos para elas.

Para analisar e descrever o seu “designer=entrepreneur”, Arquilla, Bianchini e Maffei [6] desenvolveram vinte e cinco estudos de caso. Nesta pesquisa – resumidamente – os autores apontam para a diversidade de configurações de designer empreendedores, para a possibilidade de que estes atores liderem o processo de inovação do momento em que são capazes de implementar suas ideias de maneira concreta, para o fato de que são atores que atuam conectando ideias e soluções geradas por si e por outros e, finalmente, de que não existem políticas nacionais de apoio ao desenvolvimento destes atores no contexto pesquisado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou apresentar uma revisão sistemática da literatura para explorar a atuação de designers que se tornam empreendedores. Conforme indicado por Margolin [1] e Maffei [3], mudanças sociais e tecnológicas estão ampliando a atuação dos designers, aproximando-os da autoprodução e possibilitando que se tornem os protagonistas de seus processos – desde o projeto até a produção e comercialização de suas ideias. Apesar dos desenvolvimentos de pesquisas citados anteriormente e que já exploram a atuação híbrida dos designers empreendedores, ainda não existem dados quantitativos suficientes para consolidar o fenômeno [6].

Desta maneira, empreendeu-se uma revisão do tema a partir de: a) busca em revistas selecionadas da área do design e no motor de busca de artigos do Google Scholar, b) seleção das entradas para leitura, c) análise qualitativa das entradas e d) organização e articulação dos principais temas e de como estes se relacionam

com a exploração pretendida. Os temas são: “Design e Inovação Social”, “Open design e processos criativos”, “Design e Gestão”, “Design e Educação” e “Design e atuação empreendedora”.

Mesmo com a possibilidade de identificar diferentes abordagens sobre o assunto a partir dos temas identificados na organização dos artigos, foi possível perceber que a relação entre designers e empreendedorismo ainda é pouco desenvolvida nas principais revistas da área. Neste sentido, pode-se indicar a necessidade de continuidade da pesquisa em campo. Pesquisas exploratórias, como estudo de caso e/ou entrevistas, poderiam se provar adequadas para a exploração da prática de designers que, a partir de seus processos projetuais, tornam-se empreendedores. Alguns pontos centrais poderiam guiar o estudo, como a maneira com que o processo de projeto passa a ser influenciado e guiado pelo empreendedorismo protagonizado pelo designer. Além disso, pode-se destacar a importância da exploração da dimensão coletiva no processo do designer empreendedor, cuja abertura prevê interações criativas essenciais para sua atividade. Entre estas interações encontram-se atores diversos e, para o designer, podem significar novos tipos de relações das quais tradicionalmente – como no interior de uma empresa manufatureira, por exemplo – não costumava se ocupar. Portanto, explorar de que modo estes e outros pontos passam a se relacionar com o design torna-se essencial para compreender os futuros – e cada vez mais complexos – direcionamentos possíveis para a área do design.

## LISTA DE REFERÊNCIAS

- [1] Margolin, V., 2002, “The designer as producer”, ICSID News, pp. 1-3.
- [2] Manzini, E., 2012, “Emerging scenario. Small, open, local, connected”, *Inovação Social e sustentabilidade: desenvolvimento local, empreendedorismo e design*. E-papers, Rio de Janeiro, pp. 15-34.
- [3] Maffei, S., 2011, “Artigiano Oggi: comprendere i processi innovativi contemporanei tra design, nuove forme di progetto e creatività ed evoluzione dei modelli di produzione”, *DEA Design e Artigianato per il Trentino*, pp. 19-26.

[4] Micelli, S., 2011, *Futuro Artigiano: L'innovazione nelle mani degli italiani*. Marsilio Editori s.p.a, Venezia.

[5] Zen, A.C., e Fracasso, E. M., 2008, "Quem é o empreendedor. As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo Empreendedor." RAM – Revista de Administração Mackenzie, **9** (8), pp. 135-150.

[6] Arquilla, V., Bianchini, M., Maffei, S., 2011, "Designer=enterprise. A new policy for the next generation of Italian designers." Tsinghua-DMI International Design Management Symposium, Hong Kong, pp. 5-7.

[7] <<http://www.elsevier.com/online-tools/scopus>>

[8] <<http://thomsonreuters.com/en/products-services/scholarly-scientific-research/scholarly-search-and-discovery/web-of-science.html>>

[9] Khabsa, M., Gilles, C. L., 2014, "The number of Scholarly Documents on the Public Web", Disponível em: <<http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0093949>>

[10] <<https://scholar.google.com.br/>>

[11] Bianchini, M., Maffei, S., 2012, "Could design leadership be personal? Forecasting new forms of 'Indie Capitalism'", Design Management Journal, **7**(1), pp. 6-17.

[12] Bianchini, M., Maffei, S., 2013, "Microproduction everywhere. Social, local, open and connected manufacturing", Social Frontiers Conference, Nesta UK. pp. 1-21.