

Ressignificando o território: desenvolvimento de ferramenta para a criação de produtos de moda com identidade territorial

Reinterpreting the territory: developing a tool for creating fashion products with a territorial identity

1

Andréia Mesacasa, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - IFRS.
andreiamesacasa@hotmail.com

Sandra Regina Rech, Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC.
sandra.rech@udesc.br

Resumo

Conduzida pela abordagem metodológica da Design Science Research (DSR), esta pesquisa tem como objetivo a proposição de uma ferramenta criativa voltada para o setor do vestuário na perspectiva do Design para Territórios. Composto por cinco etapas, conscientização, sugestão, desenvolvimento, avaliação e conclusão, o estudo é fruto de uma pesquisa Pós-doutoral realizada no âmbito do Programa de Pós-graduação em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina. Assentada na intersecção entre os campos do Design e da Geografia Cultural e Humana, e em conceitos como território, paisagem cultural, lugar e afeto, a ferramenta desenvolvida apresenta três etapas sequenciais que transcendem a valorização de aspectos tangíveis e intangíveis dos territórios, trazendo-os para dentro de um percurso projetual.

Palavras-chave: Design de moda, Território, Geografia, Cultura, Lugar.

Abstract

Guided by the methodological approach of Design Science Research (DSR), this research aims to propose a creative tool aimed at the clothing sector from the perspective of Design for Territories. Composed of five stages, awareness, suggestion, development, evaluation and conclusion, the study is the result of a Postdoctoral research carried out within the scope of the Postgraduate Program in Fashion at the State University of Santa Catarina. Based on the intersection between the fields of Design and Cultural and Human Geography, and on concepts such as territory, cultural landscape, place and affection, the developed tool presents three sequential stages that transcend the valorization of tangible and intangible aspects of territories, bringing them into the design path.

Keywords: Fashion Design, Territory, Geography, Culture, Place.



1. Introdução

A educação e prática em Design para o século XXI demanda conhecimentos e competências que auxiliem no enfrentamento de problemas complexos de forma holística, como o pensamento crítico e sistêmico. Baseado em métodos e práticas reflexivas assentadas em parâmetros estratégicos e sistêmicos, o campo de estudos Design para Territórios, atua nessa perspectiva. A natureza multidisciplinar do Design é um recurso importante no processo de valorização dos territórios, uma vez que este é um sistema complexo e dinâmico formado por evidências materiais, imateriais e humanas.

2

Neste sentido, esta investigação parte do pressuposto de que o ensino e a prática profissional de projetos de produtos de moda, devem tensionar conteúdos críticos, pautados em contextos regionais e em problemáticas contemporâneas. O estudo tem como objetivo a proposição de uma ferramenta criativa voltada para o setor do vestuário sob a perspectiva do Design para Territórios, onde se aplica a abordagem metodológica da Design Science Research (DSR). Composto por cinco etapas, conscientização, sugestão, desenvolvimento, avaliação e conclusão, o documento é fruto de uma pesquisa Pós-doutoral realizada no âmbito do Programa de Pós-graduação em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina, iniciada em agosto de 2024 e finalizada em julho de 2025.

A temática se justifica tendo em vista a carência de ferramentas projetuais replicáveis que congreguem aspectos tangíveis e intangíveis, naturais e antropizados, trazendo a escuta sensível dos sujeitos do território para dentro do percurso metodológico. Esse princípio se sustenta na intersecção entre os campos do Design e da Geografia Cultural e Humana, assentada em conceitos como território, paisagem cultural, lugar e afeto. Pautada em autores como Parente e Sedini (2017), Rodrigues e Neves (2023), Claval (2014), Rigoto, Leão e Mello (2018) e Corrêa (2016), a ferramenta desenvolvida parte de uma perspectiva pluriépistêmica e se volta para a aplicação no meio educacional, trazendo uma contribuição inovadora ao campo de pesquisa em questão.

Para melhor compreensão desse processo, este manuscrito apresenta de forma detalhada os procedimentos de desenvolvimento do artefato, perpassando as cinco etapas propostas pela DSR. Desse modo, inicia com o delineamento das bases conceituais que conectam os campos do Design e da Geografia Cultural e Humana, passando pela caracterização de artefatos similares, que moldam os requisitos da ferramenta, incluindo seu desenvolvimento, avaliação e modo de funcionamento.

2. Fundamentação teórica

2.1 O campo de estudo Design para Territórios

As investigações acadêmicas no campo do Design para Territórios se iniciaram em 1998 com a pesquisa Sistema Italiano de Design, coordenada pelo professor Ezio Manzini. Essa pesquisa estava alinhada com o tema dos distritos industriais e culturais italianos, destacados em estudos de Becattini (1998, 2000), Santagata (2000) e Valentino (2001) (Parente, 2016).

3

Desde então, sua abordagem passou por diferentes direcionamentos. Inicialmente, o território foi considerado como um contexto de design, no qual eram interpretadas as capacidades e competências locais, desencadeando a noção de “design no território”. Em seguida, com o objetivo de promover recursos ambientais, históricos e culturais, os produtos e serviços iniciaram um diálogo com seus lugares de origem, apresentando-se como uma prática de “design do território”. Posteriormente, o desenvolvimento territorial adotou como paradigma a noção de “capital territorial”, um conjunto de recursos tangíveis e intangíveis que representam o sistema de valores e oportunidades de um território, definindo uma nova abordagem, nomeada como “design para o território”. Essas três abordagens permitiram a expansão do conhecimento a partir da concepção do território como contexto do projeto, passando para objeto de intervenção e, por fim, como um sistema relacional (Parente e Sedini, 2017; Rodrigues, Neves, 2023). Ao longo dos anos, o campo do Design para Territórios buscou aporte teórico em diversas áreas, como o Desenvolvimento Regional, o Marketing, o Turismo, entre outros, destacando seu caráter multidisciplinar. Consequentemente, o campo da Geografia, especialmente da Geografia Cultural e Humana, tem profunda conexão com o estudo dos territórios, e por conseguinte, do design para territórios.

2.2 Intersecções entre os campos do Design para Territórios e a Geografia

O desenvolvimento da Geografia como ciência se consolidou no século XX, como uma forma de interpretação da sociedade em suas várias dimensões. Entre elas, destaca-se a dimensão cultural, que passou a integrar os estudos dessa área nos anos 1890, agregando elementos simbólicos, imateriais e dos sentidos (Vieira *et al.*, 2021). Alemanha, Estados Unidos e França foram os precursores da geografia cultural. Na Alemanha, surgem os trabalhos de Ratzel, introduzindo o termo “geografia cultural”. Nos Estados Unidos, os trabalhos de Carl Sauer, geógrafo fundador da escola de Berkeley, fundamentavam-se no historicismo, adotando uma abordagem onde o homem e as transformações na paisagem mostravam-se no sentido temporal, relacionando as mudanças ao conceito de cultura. Por último, na França, evidenciam-se os trabalhos de Paul Vidal de La Blache, Armand Frémond, Paul Claval e Jean Gallais como os

primeiros a valorizar a experiência humana dos lugares, das paisagens e do espaço (Vieira *et al.*, 2021; De Brum e Reuillard, 2021).

Tal qual a Geografia Cultural e Humana, o território faz parte dos significados que ele ocupou de seus habitantes, de sua memória e de sua cultura (Salguero Mejía e Gómez Alzate, 2023). Também é pertinente afirmar que o território é um conjunto complexo de recursos que representam potencial interno e mantêm a possibilidade de novos impulsos de desenvolvimento. Esses recursos são conhecidos como capital territorial, que abrange um conjunto de ativos - naturais, humanos, artificiais, organizacionais, relacionais e cognitivos - que constituem o potencial competitivo de um território. Nessa perspectiva, o capital territorial pode ser dividido em quatro variáveis: capital humano, social, natural e cultural.

2.3 O capital cultural na perspectiva dos lugares

O capital cultural está alinhado ao conceito de desenvolvimento culturalmente sustentável, que engloba um conjunto de práticas que apóiam o desenvolvimento económico e social dos territórios. A ONU (Organização das Nações Unidas) tem destacado o papel da cultura e da criatividade no desenvolvimento sustentável em conferências e acordos. Como reflexo disso, em 2015 a cultura foi introduzida nos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. A nova agenda global coloca a cultura como um setor relevante para o desenvolvimento, no qual as indústrias culturais e criativas são responsáveis pela produção de novas tecnologias ou ideias criativas, e na geração de benefícios sociais (Parameswara *et al.*, 2021).

A cultura pode ser definida como “a soma dos comportamentos, dos saberes, das técnicas, dos conhecimentos e dos valores acumulados pelos indivíduos e, em outra escala, pelo conjunto dos grupos de que fazem parte” (Claval, 2014, p. 71). Assente à essas afirmações está a concepção de paisagem cultural, definida como “as obras combinadas da natureza e do homem”. Em seu contexto, a paisagem cultural alia-se aos sentidos de pertença e de comunidade ligados a um lugar. Considerado operante na geografia, o conceito de lugar trata-se de uma fração do espaço com a qual as pessoas se identificam, interagem, e que pressupõe a ideia de vivência (Ruiz Pulpón e Cañizares Ruiz, 2022; Saraiva, Lavrador-Silva e Ramos, 2021). O lugar passou a ter importância com a renovação da Geografia Cultural, na década de 1970, quando esse campo do conhecimento passou a se interessar nos sujeitos e nas subjetividades humanas. Geógrafos como Yi-Fu Tuan (1974, 1977) e Edward Relph (1976), inauguraram pesquisas sobre o lugar e propuseram relevantes contribuições a esse conceito (Corrêa, 2016).

Na perspectiva das paisagens culturais, os atores de um território podem empreender esforços para criar lugares que contenham significados, uma vez que, por percorrer o espaço-tempo, a

cultura transforma-se através do contato com aquilo que é diferente. Assim, símbolos, referenciais, significados e permanência contribuem para forjar o sentido de lugar, bem como as rotas, a casa, o bairro e seus componentes diversos, integram a expressão e a alma dos lugares (Sarde Neto e Malanski, 2023).

3. Método

5

Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo de natureza qualitativa e aplicada, na qual adotou-se como abordagem metodológica a Design Science Research (DSR), conduzida por meio das etapas: conscientização, sugestão, desenvolvimento, avaliação e conclusão (Dresch, Lacerda e Antunes Junior, 2015). Na etapa de conscientização, o pesquisador deve buscar o máximo de informações sobre o problema. Neste sentido, inicialmente este foi assim delimitado: Como agregar identidade territorial em processos de desenvolvimento de produtos de moda?

Após definido o problema, sua compreensão é fundamental, e pode ser empreendida por meio de revisões de literatura. Nesta pesquisa foi realizada uma revisão bibliográfica de temas como design para territórios, geografia cultural e humana, paisagem cultural e lugar. Também pertencem a esta fase a identificação de artefatos existentes e a configuração das classes de problemas. Para tanto, foi realizada uma Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS), a respeito dos artefatos, caracterizados nesta pesquisa como ferramentas e métodos relacionados ao design territorial. Desse modo, após a aplicação de filtros de pesquisa e leitura dos materiais, foram selecionados seis artefatos para dar continuidade à pesquisa.

A partir do conhecimento dos artefatos existentes, a pesquisa encaminha-se para a etapa de sugestão. Esta etapa está vinculada à reflexão a respeito dos requisitos que irão compor o artefato a ser construído na fase de desenvolvimento. Após a elaboração da ferramenta, se faz necessária sua avaliação, etapa que consiste em um processo de verificação do comportamento do artefato no ambiente para o qual foi projetado. Esta etapa foi realizada em dois momentos distintos, junto à estudantes do Programa de Pós-graduação em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina.

Para finalizar o percurso metodológico, é efetivada a etapa de conclusão, que trata da formalização geral do processo, bem como a descrição das diretrizes de funcionamento do artefato desenvolvido. A próxima seção relata o desenvolvimento do artefato, perpassando as cinco etapas anteriormente descritas.

4. Resultados

4.1 Etapa 1: Conscientização

A etapa de conscientização compreendeu o mapeamento da literatura associada ao tema, a pesquisa de artefatos existentes, bem como o delineamento das classes de problemas.

4.1.1 Mapeamento da Literatura

A partir de uma revisão bibliográfica, foram analisadas as obras dos seguintes autores: Parente e Sedini (2017), Parente (2018), Vignati *et al.* (2022), Rodrigues e Neves (2023), Claval (2014), Vieira *et al.* (2021), De Brum e Reuillard (2021), Rigoto, Leão e Mello (2018), Souza e Cavalcante (2021), Parameswara *et al.* (2021), Saraiva, Lavrador-Silva e Ramos (2021), Corrêa, (2016). As obras versaram sobre os temas: design para territórios, geografia cultural e humanista, capital territorial, paisagem cultural, lugar e abordagem pluriépistêmica do conhecimento. O mapeamento da literatura possibilitou o delineamento das bases conceituais que fundamentaram a ferramenta, expostas neste documento, na seção de Fundamentação Teórica.

4.1.2 Pesquisa de Artefatos Existentes

A partir de uma Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS), foram selecionados os artefatos existentes. Os critérios de busca, priorizaram periódicos revisados por pares, nos idiomas inglês, espanhol e italiano, com recorte temporal referente aos últimos cinco anos (2019 a 2024). Além disso, foram privilegiados manuscritos que mencionassem experiências realizadas em territórios geográficos específicos, bem como apresentassem os conceitos de design, cultura e território em suas bases teóricas. Desse modo, foram designados os artefatos dos seguintes autores: Richards (2020), Dijokienė e Paškauskienė (2022), Tobiasz-Lis e Wojcik (2021), Chen e Suwanthada (2024), Bański (2023) e Boonpracha (2021). Como resultado dessa etapa, foram elencadas as características dos artefatos que se alinham à ferramenta a ser desenvolvida, expostas na sequência.

Richards (2020), faz uso da criação criativa de lugares como estratégia de design. Com base na tríade espacial de Lefebvre, o autor utiliza uma prática de design de lugares que consiste na interação de recursos (espaço concreto), significado (espaço vivido) e criatividade (espaço concebido). Essa combinação considera o uso de recursos endógenos e exógenos, que recebem significado por meio do uso e da representação.

Dijokienė e Paškauskienė (2022), abordam a identidade cultural dos lugares, distinguindo fatores tangíveis e intangíveis. Os fatores tangíveis são divididos em naturais (topografia,

geografia, hidrografia, vegetação, etc) e artificiais ou antropogênicos (formas físicas construídas pelo homem – ruas, espaços públicos, parques, jardins, etc.). Os fatores intangíveis consistem em eventos históricos, celebrações, festivais, ritos religiosos, valores e regras relacionados a um lugar.

Tobiasz-Lis e Wojcik (2021), adotam uma estrutura formada pelas categorias pessoa-processo-lugar, que sintetiza o conceito de apego ao lugar em relação a formas, escalas e fatores. Essa estrutura abrange três dimensões da relação entre os indivíduos e os lugares: cognitiva (percepções dos aspectos formais dos lugares), comportamental (focada no contexto funcional e nas atividades a serem realizadas no local) e afetiva (valores e crenças que as pessoas atribuem aos lugares). Essa abordagem corresponde aos estudos de Tuan (1974, 1977) que conceitua “topofilia”, como amor ao lugar, e “senso de lugar”. Ademais, a pesquisa é fundamentada sob uma perspectiva narrativa, na qual histórias, pontos de vista e crenças, consistem em um material valioso para a investigação das identidades territoriais.

Chen e Suwanthada (2024), utilizam um processo de design voltado à valorização da identidade cultural. Neste sentido, a partir de trajes étnicos, são extraídos símbolos, posteriormente convertidos em esboços que podem ser aplicados em novos produtos. Os esboços são submetidos à avaliação por especialistas em design e patrimônio cultural. Esse procedimento apresenta uma alternativa para tensionar a estética cultural tradicional com as sensibilidades da moda moderna.

Bański (2023) conduz a criação de produtos locais na perspectiva dos recursos endógenos, que possuem singularidade e utilidade social ou econômica com potencial para fomentar oportunidades de desenvolvimento. Os recursos são classificados e avaliados de acordo com os critérios de singularidade e utilidade em diferentes níveis: baixo, moderado ou alto. Logo após, os recursos são analisados em razão das relações estabelecidas entre si, que podem resultar em potencial de maior ou menor grau de desenvolvimento.

Boonpracha (2021), apresenta um método de quatro estágios: identificação, tradução, desenvolvimento e implementação para transformar características da arte cultural em design de produtos modernos.

A análise de artefatos existentes possibilitou o delineamento das classes de problemas, e a definição contribuições teóricas que poderiam compor o artefato a ser elaborado, abordados na etapa de sugestão.

4.1.3 Delineamento das Classes de Problemas

O conhecimento a respeito dos artefatos existentes possibilitou o enquadramento deles em classes de problemas, disponíveis no Quadro 01.

Quadro 01: Classes de problemas

Classes de Problemas	Autores dos artefatos
Modelos de processos voltados ao design territorial	Chen e Suwanthada (2024); Bański (2023) Boonpracha (2021)
Diretrizes para o design territorial	Richards (2020)
Ferramentas voltadas ao design territorial	Dijokienė e Paškauskienė (2022) Tobiasz-Lis e Wojcik (2021)

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2025

Os modelos propostos foram enquadrados em três classes de problemas, de acordo com suas áreas, uma vez que são voltados para a solução de problemas de seus contextos de origem. O estudo dos artefatos existentes e das classes de problemas possibilitou o delineamento de alguns aspectos que se alinham à proposição do artefato a ser produzido. Ademais, a etapa de conscientização também possibilitou a delimitação das bases conceituais que fundamentam a ferramenta.

4.2 Etapa 2: Sugestão

A partir do mapeamento da literatura e o estudo dos artefatos existentes, foram listadas contribuições teóricas para a ferramenta. Em seguida, estas foram agrupadas por similaridade em quatro eixos conceituais:

- Abordagem epistemológica,
- Recursos do território,
- Cultura,
- Lugar e afetividade.

As contribuições originaram os requisitos a serem utilizados no desenvolvimento do artefato. No Quadro 02 é demonstrada a relação entre os eixos conceituais, os requisitos e autores consultados.

Quadro 02: Requisitos para o desenvolvimento da ferramenta

EIXOS	CÓDIGO	REQUISITOS PARA O ARTEFATO	AUTORES	FONTES
EIXO 1 ABORDAGEM EPISTEMOLÓGICA	R1	Abordagem multidisciplinar	Parente e Sedini (2017); Parente (2016); Vignati <i>et al</i> (2022); Rodrigues e Neves (2023)	ML
	R1	Intersecção com a Geografia cultural e humanista	Claval (2014); Tuan (2015); Brito (2024); Vieira <i>et al.</i> (2021); De Brum e Reuillard (2021)	ML
	R2	Abordagem pluriepistêmica	Rigoto, Leão e Mello, (2018); Souza e Cavalcante, (2021)	ML
EIXO 2 RECURSOS DO TERRITÓRIO	R3	Associação entre recursos, significados e criatividade	Richards (2020)	AE
	R4	Inclusão dos recursos do território	Parameswara <i>et al</i> (2021 De Mello e Froehlich (2021)	ML
	R4	Valorização dos recursos endógenos	Richards (2020); Bański (2023)	AE
	R5	Distinção entre recursos tangíveis e intangíveis	Bański (2023); Dijokienė e Paškauskienė (2022)	AE
	R6	Avaliação dos recursos guiada pelos critérios de singularidade e utilidade	Bański (2023)	AE
EIXO 3 CULTURA	R7	Intersecção entre cultura, forma e significado	Dijokienė e Paškauskienė (2022)	AE
	R8	Simplificação de formas	Chen e Suwanthada (2024)	AE
	R9	Avaliação de protótipos guiada por um conjunto de critérios culturais	Chen e Suwanthada (2024)	AE
	R10	Abordagem criativa em quatro estágios	Boonpracha (2021)	AE
	R11	Valorização da paisagem cultural	Stoilova (2020); Saraiva, Lavrador-Silva e Ramos (2021); Corrêa, (2016)	ML
EIXO 4 LUGAR E AFETIVIDADE	R12	Noção de apego ao lugar (topofilia)	Tobiasz-Lis e Wojcik (2021)	AE
	R12	Lugar como afeto	Tuan (2015); Sauer e Pinto (2024)	ML
	R13	Relação entre os indivíduos e os lugares mediada pelas dimensões cognitiva, comportamental e afetiva	Tobiasz-Lis e Wojcik (2021)	AE
	R14	Perspectiva narrativa	Tobiasz-Lis e Wojcik (2021)	AE

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2025

ML – Mapeamento da Literatura
AE – Artefatos Existentes

Com base nesses dados, passou-se à etapa de desenvolvimento do artefato.

4.3 Etapa 3: Desenvolvimento

Inicialmente, foi definida a organização da ferramenta, projetada por meio de etapas, atividades e recursos auxiliares. Assim, optou-se por compor o modelo com três etapas assim denominadas: Inventário dos marcadores territoriais, Análise dos marcadores territoriais e Ressignificação dos marcadores territoriais. O formato escolhido para a representação gráfica do modelo foi o linear, que reflete seu caráter sequencial. Tendo em vista a inclusão dos elementos territoriais, optou-se por nomeá-la como “Ressignificando o território”.

A etapa 1 - Inventário dos marcadores territoriais tem como objetivo pesquisar e descrever os recursos do território. Fazem parte desta etapa as atividades *Desk research + expertise* vernacular

e Taxonomia dos marcadores territoriais. A atividade *desk research* + *expertise* vernacular consiste em um levantamento sobre os marcadores territoriais de determinado lugar, baseado em fontes de pesquisa primárias (entrevistas, diários, cartas, etc) onde se situa o conhecimento empírico e o saber fazer tradicional (*expertise* vernacular), e fontes secundárias (artigos, livros, etc), relacionadas a materiais científicos já publicados (*desk research*). Como recurso auxiliar poderá ser elaborado um *storyboard*, roteiro visual utilizado para descrever narrativas. A atividade Taxonomia dos marcadores territoriais é responsável por classificar os marcadores territoriais pesquisados. Para isso, é utilizado o formulário “Taxonomia dos marcadores territoriais”, que classifica os recursos do território nas categorias tangível (recursos naturais e antropizados), e intangível (recursos imateriais). O formulário também agrega informações como localização, descrição e atribuição de valor (histórico, cultural, afetivo, ancestral, etc). Como recurso auxiliar poderá ser utilizado o *story map*, dispositivo gratuito voltado para a produção de narrativas espaciais, que permite a inserção de diferentes tipos de mídias em modelos de mapas pré-definidos. As Figuras 01 e 02, apresentam as representações gráficas da Etapa 1, e do formulário taxonomia dos marcadores territoriais.

Figura 01: Etapa 1



Figura 02: Formulário taxonomia dos marcadores territoriais

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2025

A etapa 2 - Análise dos marcadores territoriais, tem como objetivo analisar e categorizar os recursos do território. É formada pela “Matriz de análise dos marcadores territoriais”, que classifica os recursos de acordo com as categorias: abrangência (local, regional, nacional), potencialidade (baixa, média, alta) e significado (cognitivo, comportamental, afetivo). Para cada componente das categorias são atribuídos valores condizentes com a abordagem proposta pela ferramenta, ou seja, são atribuídos valores mais elevados para recursos com maior abrangência, alta potencialidade para se transformar em produtos, e que possuam significado afetivo. O conceito de toponímia está evidenciado nesta etapa por meio da análise e classificação dos recursos do território. A categoria “significado”, presente na matriz de análise dos marcadores territoriais, permite classificar os recursos como cognitivos, comportamentais e afetivos, estabelecendo um vínculo com o conceito de toponímia de Tuan (1974, 1977). As Figuras 03 e 04 apresentam as representações gráficas da Etapa 2, e da matriz de análise dos marcadores territoriais.

Figura 03: Etapa 2



Figura 04: Matriz de análise dos marcadores territoriais

“Ressignificando o território”

Matriz de análise dos marcadores territoriais

Território: _____

Marcadores territoriais | Abrangência | Potencialidade | Significado | Total

1	Local +	Baixa +	Cognitivo +	
	Regional +	Média ++	Comportamental ++	
	Nacional +++	Alta +++	Afetivo +++	
2	Local +	Baixa +	Cognitivo +	
	Regional +	Média ++	Comportamental ++	
	Nacional +++	Alta +++	Afetivo +++	

Observações

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2025

A etapa 3 – Ressignificação dos marcadores territoriais, tem como objetivo ressignificar e/ou refuncionalizar os recursos do território, por meio das atividades: Inspiração, Tradução, Implementação e Avaliação. Inspiração evoca o marcador territorial que obteve maior valoração na etapa anterior (adicionalmente, podem ser utilizados vários marcadores territoriais). Tradução propõe a ressignificação e/ou refuncionalização do(s) marcador(es) territorial(is) selecionados como inspiração. Neste sentido, são extraídos elementos que podem ser utilizados em produtos

de moda, bem como são projetadas alternativas de produtos, promovendo a ressignificação (dar novos sentidos a um elemento existente) e/ou refuncionalização (agregar novas funções ou propósitos a um elemento existente) desses marcadores em um contexto diferente do original. Como recursos auxiliares podem ser utilizados mapas mentais, *moodboards*, narrativas poéticas, esboços e desenhos. Implementação, aborda a construção de protótipos dos produtos projetados, e Avaliação, promove a aferição destes por meio do “Formulário de avaliação de produto com identidade territorial”. Nele estão dispostos os critérios: reconhecimento dos marcadores territoriais, significado, estética, vestibilidade, praticidade, viabilidade de produção e custo. Os critérios possuem escalas hedônicas de valores de 1 a 5 pontos, onde 1 representa uma valoração insuficiente e 5 uma valoração ótima. A avaliação permite selecionar os protótipos com maior aderência aos marcadores territoriais, bem como as viabilidades técnica e mercadológica. Nesta etapa, destaca-se o conceito de paisagem cultural, enfatizado por meio das ações de ressignificação e refuncionalização dos lugares. As Figuras 05 e 06, apresentam as representações gráficas da Etapa 3, e do formulário de avaliação de produtos com identidade territorial.

Figura 05: Etapa 3

Figura 06: Formulário de avaliação de produtos

“Ressignificando o território”

Etapa 3

3 Ressignificação dos marcadores territoriais

“Ressignificar e refuncionalizar”

Atividade 1: Inspiração
Resultado: seleção do(s) marcador(es) territorial(is)

Atividade 2: Tradução
Resultado: geração de alternativas
Recursos auxiliares: narrativa poética, mapa mental, painel semântico

Atividade 3: Implementação
Resultado: protótipos

Atividade 4: Avaliação
Resultado: formulário de avaliação de produto com identidade territorial preenchido

“Ressignificando o território”

Formulário de avaliação de produto com identidade territorial

Território:

Produto:

Aspectos **Escala de valores** **Total** **Conceito**

Reconhecimento dos marcadores territoriais	5	4	3	2	1		
Significado	5	4	3	2	1		
Estética	5	4	3	2	1		
Vestibilidade	5	4	3	2	1		
Praticidade	5	4	3	2	1		
Viabilidade de produção	5	4	3	2	1		
Custo	5	4	3	2	1		

Escala de valores:
5 - Ótimo, 4 - Muito bom, 3 - Bom, 2 - Regular, 1 - Insuficiente

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2025

Após a configuração da ferramenta, foi realizada a correspondência entre os requisitos destacados durante o mapeamento da literatura (ML) e a análise de artefatos existentes (AE) e as funcionalidades presentes na ferramenta, o que pode ser visualizado no Quadro 03.

Quadro 03: Requisitos e funcionalidades na ferramenta

CÓDIGO	REQUISITOS	FUNCIONALIDADES NA FERRAMENTA	ETAPA
R1	Abordagem multidisciplinar - Intersecção com a Geografia cultural e humanista	Inserção de conteúdos da área da Geografia privilegiando a paisagem cultural dos lugares	1, 2 e 3
R2	Abordagem pluriepistêmica	Valorização de saberes vernaculares originados nos lugares	1 e 2
R3	Associação entre recursos, significado e criatividade	Atribuição de significado e valor aos recursos dos territórios	1, 2 e 3
R4	Inclusão e valorização dos recursos do território	Conhecimento e atribuição de significado e valor aos recursos dos territórios	1, 2 e 3
R5	Distinção entre recursos tangíveis e intangíveis	Atribuição de significado e valor aos recursos dos territórios	1, 2 e 3
R6	Avaliação dos recursos guiada pelos critérios de singularidade e utilidade	Atribuição de significado e valor aos recursos dos territórios	1 e 2
R7	Intersecção entre cultura, forma e significado	Atribuição de significado e valor aos recursos dos territórios	1 e 2
R8	Simplificação de formas	Visualização do processo de simplificação por meio de esboços de alternativas de produtos	3
R9	Avaliação de protótipos guiada por um conjunto de critérios culturais	Avaliação baseada em requisitos funcionais relativos à área da moda e cultura	3
R10	Abordagem criativa em quatro estágios	Inserção de etapa projetual responsável por materializar conceitos culturais em produtos	3
R11	Valorização da paisagem cultural	Inclusão dos conceitos de ressignificação e refuncionalização para dimensionar a geração de alternativas de produtos	3
R12	Lugar como afeto (topofilia)	Abordagem que valoriza os lugares e seus afetos	1, 2 e 3
R13	Relação entre os indivíduos e os lugares mediada pelas dimensões cognitiva, comportamental e afetiva	Abordagem que valoriza os lugares e seus afetos	1, 2 e 3
R14	Perspectiva narrativa	Inclusão de recursos auxiliares durante o percurso do projeto, que privilegiam as narrativas	1 e 3

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2025

4.4 Etapa 4: Avaliação

A ferramenta foi avaliada em dois momentos: em um workshop para estudantes do PPG – Moda da UDESC, em 2024, e posteriormente, na disciplina de Seminário Temático I: Abordagens contemporâneas em processos de design, ministrada pelas autoras em 2025. Ambas as avaliações foram realizadas mediante o preenchimento de formulário específico, juntamente com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O workshop teve a duração de 8 horas, e visou explicar o tema “design para territórios”, bem como apresentar ferramentas voltadas ao desenvolvimento de produtos de moda. Participaram da atividade, oito estudantes, os quais foram divididos em dois grupos e aplicaram a ferramenta em diferentes territórios da cidade de Florianópolis - SC. Nesta avaliação foram elencados como aspectos positivos, a abrangência dos marcadores territoriais e a organização sequencial da ferramenta. Como sugestão, foi levantada a necessidade da inclusão do público-alvo para o qual os produtos resultantes seriam desenvolvidos.

Na segunda avaliação, participaram onze estudantes matriculados na disciplina de Seminário Temático I. Esta possuía carga horária de 60 horas, e parte de seu conteúdo abordava os assuntos “design para territórios”, e “metodologias e ferramentas para o desenvolvimento de produtos”, desse modo, uma das atividades avaliativas da disciplina consistiu na aplicação da ferramenta em

diferentes territórios do Estado de Santa Catarina. Assim, os estudantes foram divididos em três grupos, e selecionaram, com base em suas vivências, os seguintes territórios: o Centro de Artes da Universidade do Estado de Santa Catarina (CEART-UDESC), localizado em Florianópolis, o litoral de Imbituba, localizado no sul do estado, e o bairro da Barra, presente em Balneário Camboriú. O grupo que optou pelo território CEART-UDESC, desenvolveu estampas relacionadas aos recursos tangíveis (fauna e flora) disponíveis no lugar. A equipe que selecionou o território de Imbituba criou uma coleção de broches que remetem às baleias francas, presentes no litoral. O grupo que trabalhou com o território do bairro da Barra, projetou estampas alusivas aos movimentos culturais que atuam naquela localidade.

Nesta aplicação, foi incluído o briefing junto à ferramenta, sugerido na avaliação anterior. Este foi composto pelos tópicos: objetivo do projeto, segmento de mercado, público-alvo e categoria de produtos. Após a aplicação, foram destacados os seguintes aspectos positivos relacionados à ferramenta: a relação das pesquisas da etapa 1 - Inventário dos marcadores territoriais com o processo criativo da geração de alternativas realizado na etapa final, o sequenciamento lógico da ferramenta, a utilização do *story map* como recurso adicional na etapa 1, o desenvolvimento da parte criativa e estética do projeto, e a abrangência de informações agrupadas na Matriz de análise dos marcadores territoriais. Como sugestão para melhorar a compreensão acerca da aplicação da ferramenta, foi citada a possibilidade de inclusão de um roteiro para a coleta de dados a ser realizada na atividade “*expertise* vernacular”, bem como a incorporação de um material explicativo sobre as categorias presentes no formulário “Taxonomia dos marcadores territoriais” e na “Matriz de análise dos marcadores territoriais”, presentes nas etapas 1 e 2. Além disso, por meio da observação direta realizada durante a aplicação da ferramenta, foi evidenciada a possibilidade de adaptação da “Ficha de avaliação de produto com identidade territorial” presente na etapa 3, incluindo atributos relacionados à produtos oriundos de outras áreas do design, bem como a inserção de recursos adicionais como *brainwriting* e Representação Gráfica de Síntese (RGS) na etapa citada anteriormente. Ao final das duas avaliações, a ferramenta foi encaminhada para a última etapa do processo, na qual foi reconfigurada para atender as recomendações explicitadas.

4.5 Etapa 5: Conclusão

Considerando as avaliações realizadas, as sugestões para a melhoria do desempenho da ferramenta foram acatadas, sendo esta reconfigurada e passando a ser representada conforme a Figura 07:

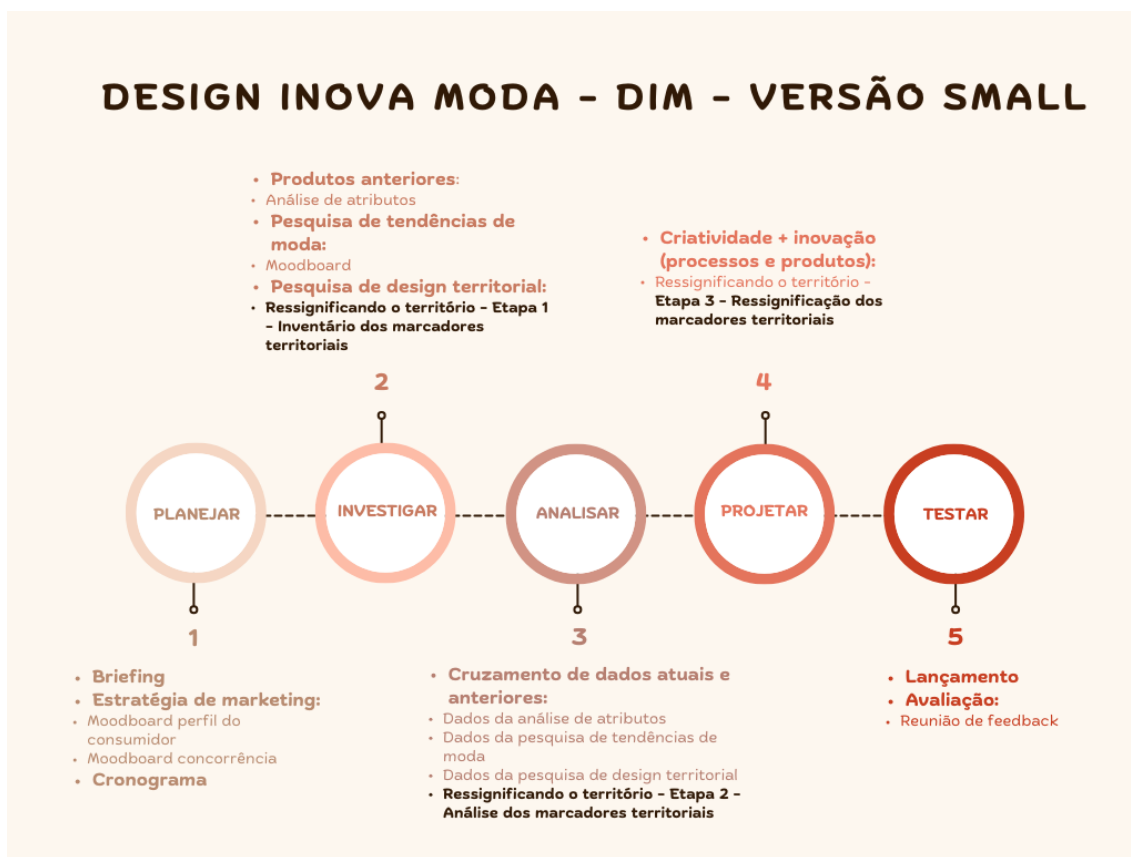
Figura 07- Representação gráfica da ferramenta “Ressignificando o Território”



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2025

A ferramenta apresenta duas possibilidades de aplicação: de forma autônoma, com a inclusão de um briefing previamente definido, e de forma integrada a um modelo de processo de design. Para exemplificar, foi utilizado o modelo de processo Design Inova Moda -DIM, versão *Small*, derivado do modelo Design Inova Moda – DIM, desenvolvido por Mesacasa (2018). Este é voltado para o desenvolvimento de produtos de moda com base na inovatividade e é composto por cinco etapas: planejar, investigar, analisar, projetar e testar. A versão *small*, mantém as cinco etapas, porém reduz a quantidade de atividades e recursos a serem aplicados. A Figura 08 representa o modo de funcionamento junto ao modelo DIM, versão *Small*, na qual a ferramenta foi diluída ao longo das etapas para atender ao objetivo proposto.

Figura 08- Modo de funcionamento da ferramenta



Fonte: Elaborada pelas autoras, 2025

Após a finalização da avaliação, foi possível tecer considerações relacionadas à escala e autonomia de aplicabilidade da ferramenta, sua adaptação para outras áreas, originalidade frente aos artefatos existentes, bem como implicações nos campos teórico e prático do design. Em relação à escala de aplicabilidade, a ferramenta pode ser implementada tanto em pequenas comunidades, como em cidades ou regiões de diferentes estados ou países. Partindo de uma perspectiva autônoma, existe a possibilidade de aplicação da ferramenta pelos indivíduos que constituem os territórios, ampliando seu empoderamento em relação à geração de renda. Uma possível adaptação do artefato para outras áreas do design, implicaria na alteração da terceira etapa “ressignificação dos marcadores territoriais”, nas atividades de implementação, que abrange a prototipagem, e avaliação, na qual os critérios estão voltados para produtos do vestuário, necessitando de uma adequação para outros segmentos de mercado. No que tange à originalidade da ferramenta, esta se destaca pela participação efetiva dos indivíduos do território no processo (*expertise* vernacular), pela presença de diferentes instrumentos que sintetizam as informações coletadas e promovem a documentação do processo, bem como pela integração com a área da Geografia, por meio dos conceitos de cultura, lugares como afetos e paisagem cultural. Como implicação para o campo teórico, infere-se que a educação em design em consonância com o

desenvolvimento territorial perpassa perspectivas pluriepistêmicas, acolhendo saberes empíricos que se caracterizam pela escuta sensível dos indivíduos do território, cujas epistemes se pautam nas práticas e nos modos de vida. Desse modo, a educação em design com base nos territórios, traz à tona as relações mantidas pelas pessoas com seus lugares, favorecendo a atribuição de sentidos e significados aos elementos materiais e imateriais, naturais ou construídos, mediados pela cultura de cada povo. De modo semelhante, como implicação para o campo prático do design, desvela-se que a autenticidade refletida na identidade do lugar pode trazer bem-estar e desenvolvimento às comunidades locais, alavancando suas potencialidades e diminuindo suas restrições.

5. Considerações Finais

A necessidade de uma ferramenta projetual replicável e que abrangesse os aspectos tangíveis e intangíveis de um território, foi o que motivou o desenvolvimento desta pesquisa. Conduzida sob o paradigma da DSR, é possível afirmar que o objetivo “Propor uma ferramenta criativa voltada para o setor do vestuário sob a perspectiva do design para territórios” foi atingindo.

A ferramenta desenvolvida, apresenta três etapas, compostas por atividades e recursos auxiliares. A primeira etapa, “Inventário dos marcadores territoriais”, coloca em evidência os recursos do território, atribuindo aos atores presentes nos lugares, o papel de colaboradores no percurso projetual. Os projetos voltados para o design territorial devem ser feitos à medida, trazendo à tona elementos originais de um determinado lugar. Desse modo, a descrição e classificação desses elementos, nomeados como marcadores territoriais no escopo desta pesquisa, traduz a complexidade sistêmica dos territórios, enquanto lugares de cultura e afeto. Logo, devem ser privilegiados métodos e práticas de análise empáticas e dialógicas com quem vive e conhece os territórios e suas especificidades. Nesse quadro, a Geografia Cultural e Humana se dedica a compreender os diversos grupos humanos que compõem os territórios, grupos que não perderam o sentimento em relação às suas origens mesmo emigrando para regiões distantes.

A segunda etapa, “Análise dos marcadores territoriais” prevê a interpretação dos dados coletados pela ótica do design, facilitando a aproximação entre diferentes interlocutores durante este processo. Assim, as perspectivas da *expertise* vernacular e do profissional designer se aproximam, possibilitando a elaboração de projetos que integrem a comunidade, suas tradições e cultura a práticas projetuais adequadas ao território. Neste cenário, as características culturais de um território podem ser empregadas pelos designers para agregar valor aos produtos e sistemas, beneficiando não apenas o crescimento econômico, mas também promovendo a singularidade da cultura local inserida em um mercado global.

A terceira etapa, “Ressignificação dos marcadores territoriais” faz uma reinterpretação dos recursos presentes nos lugares, adicionando valores estéticos e contemporâneos condizentes com as necessidades do mercado. Sob este aspecto, destaca-se que a autenticidade refletida na identidade do lugar tem um efeito significativo para a atividade econômica-cultural-criativa, das comunidades locais.

A articulação da ferramenta com os territórios, os lugares, as culturas e os afetos, evidencia seu caráter relacional, potencializando a elaboração de práticas projetuais que permitam o diálogo entre diferentes saberes e matrizes de racionalidade, contemplando as experiências históricas dos povos e comunidades que podem ser ressignificadas pelo campo do Design para Territórios.

Como limitações deste estudo podem ser citadas a avaliação da ferramenta, que foi direcionada a territórios de um único estado, bem como seu direcionamento, voltado para a área da Moda. Desse modo, pesquisas futuras poderão incluir as trajetórias projetuais realizadas durante as avaliações da ferramenta. Além disso, poderão ser incorporados conteúdos como o design participativo, em conjunção com os conceitos de design pluriversal e as epistemologias do Sul Global, consoantes à abordagem pluriepistêmica presente na ferramenta. Ademais, se faz relevante a aplicação do artefato em contextos educacionais de diferentes regiões do país, evidenciando particularidades destes territórios. Para tanto, a elaboração de um manual de aplicação desta seria notável, pois facilitaria sua replicação em diferentes contextos educacionais.

Referências

BAŃSKI, J. The integration of local resources in search of a new product: on the example of the Lublin Region (Poland). **European Countryside**, Sciendo, vol. 14(4), p. 753-769, December, 2023. DOI: 10.2478/euco-2022-0037. Disponível em: 753-769. 10.2478/euco-2022-0037. Acesso em: 10 nov. 2024.

BOONPRACHA, J. Transforming Thai cultural art features into modern product design. **Kasetsart Journal of Social Sciences**: formerly Kasetsart Journal (Social Sciences), Volume 042, Issue 4, December 2021, p. 824-829. ISSN: 2452-3151(0125-8370). DOI: doi.org/10.34044/j.kjss.2021.42.4.16. Disponível em: <https://abre.ai/orS6>. Acesso em: 11 nov. 2024.

CHEN, G., e SUWANTHADA, P. Qiang costumes in Maoxian, Sichuan Province: the revival of chinese minority identity for application in design. **Journal of Ethnic and Cultural Studies**, 11(2), p. 1–24, 2024. DOI: <https://doi.org/10.29333/ejecs/1768>. Disponível em: <https://abre.ai/orS9>. Acesso em: 11 nov. 2024.

CLAVAL, P. **Epistemologia da Geografia**. Florianópolis: Editora UFSC, 2014.

CORRÊA, R. L. O interesse do geógrafo pelo tempo. **Boletim Paulista de Geografia**, [S. l.], n. 94, p. 1–11, 2016. Disponível em: <https://abre.ai/orTa>. Acesso em: 7 nov. 2024.



DE BRUM, R. M.; REUILLARD, P. C. R. Terminologia da geografia cultural: estudo preliminar. **Confinis**, [s. l.], v. 50, 2021. DOI 10.4000/confinis.36634. Disponível em: <https://abre.ai/orTc>. Acesso em: 1 jun. 2023.

DIJOKIENĒ, D.; PAŠKAUSKIENE, A. Identity of historical areas of a city: interaction between nature and man. **Landscape architecture and art**. 20. p. 7-17, 2022. DOI: <https://doi.org/10.22616/j.landarchart.2022.20.01>. Disponível em: <https://journals.llu.lv/laa/article/view/62>. Acesso em: 7 nov. 2024.

DRESCH, A.; LACERDA, D. P.; ANTUNES JUNIOR., J, A, V. **Design Science Research: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

MESACASA, Andréia. DIM – **Design Inova Moda**: modelo de processo de design com ênfase na inovatividade para o setor do vestuário. 2018. Tese (Doutorado em Design), Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

PARAMESWARA, A., SASKARA, I. A. N., UTAMA, M. S. e SETYARI, N. P. W. The role of place identity, local genius, orange economy and cultural policies for sustainability of intangible cultural heritage in Bali. **International Journal of Sustainable Development and Planning**, 16(8), p. 1551–1561, 2021. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.160816>. Disponível em: <https://abre.ai/orTe>. Acesso em: 5 nov. 2024.

PARENTE M. Design for territories as reflective practice, **PAD: Pages on Arts & Design**, n. 13, p. 10-27, 2016. Disponível em: <https://abre.ai/orTi>. Acesso em: 4 jun. 2023.

PARENTE, M.; SEDINI, C. Design for territories as practice and theoretical field of study. **The Design Journal**, 20(1), 2017. Disponível em: <https://abre.ai/orTj>. Acesso em: 1 jun. 2023.

RICHARDS, G. Designing creative places: the role of creative tourism. **Annals of Tourism Research** 85, 102922, 2020. ISSN 0160-7383. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>. Disponível em: <https://abre.ai/orTk>. Acesso em: 04 out. 2024.

RIGOTTO, R.; LEÃO, F. A. F.; MELO, R. D. de. A pedagogia do território: desobediências epistêmicas e insurgências acadêmicas na práxis do Núcleo Tramas. In: RIGOTTO, R.; AGUIAR, A. C. P.; RIBEIRO, L. A. D. (Org.). **Tramas para a justiça ambiental: diálogo de saberes e práxis emancipatórias**. Fortaleza: Edições UFC, 2018. p. 345-396.

RODRIGUES, C., NEVES, J. Challenges and contributions of collaborative design methodologies in design for territories. In: Francisco Rebelo and Zihao Wang (eds) **Ergonomics In Design**. AHFE (2023) International Conference. AHFE Open Access, vol 77. AHFE International, USA. DOI: <http://doi.org/10.54941/ahfe1003437>. Disponível em: <https://abre.ai/orTl>. Acesso em: 09 set. 2024.

RUIZ PULPÓN, Á. R. e CAÑIZARES RUIZ, M. D. C. Intangible heritage and territorial identity in the multifunctional agrarian systems of Vineyards in Castilla-La Mancha (Spain). **Land**, 11(2), 281, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/land11020281>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2073-445X/11/2/281>. Acesso em: 03 nov. 2024.

SALGUERO MEJÍA, C., e GÓMEZ ALZATE, A. Metaterritorio para la restitución simbólica de la memoria habitada desde el diseño. **Kepes**, 20 (27), p. 429–461, 2023. DOI: <https://doi.org/10.17151/kepes.2023.20.27.15>. Disponível em: <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/8048>. Acesso em: 08 nov. 2024.



SARAIVA, M. da G., LAVRADOR-SILVA, A., e RAMOS, I. L. A Charneca do Ribatejo – paisagem e identidade: perspectivas a partir do Observatório da Paisagem da Charneca. **Finisterra**, 56 (117), p. 81–106, 2021. DOI: <https://doi.org/10.18055/Finis18629>. Disponível em: <https://revistas.rcaap.pt/finisterra/article/view/18629>. Acesso em: 08 nov. 2024.

SARDE NETO, E.; MALANSKI, L. M. **Território, cultura e representação**. 2. ed. Curitiba: Intersaberes, 2023. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 24 out. 2024.

SOUSA, R.; CAVALCANTE, L. Práxis epistêmica da pedagogia do território: contribuições decoloniais à Geografia. **Geografia**, 46, 2021. DOI: 10.5016/geografia.v46i1.15767. Disponível em: <https://abre.ai/orTo>. Acesso em: 12 set. 2024.

TOBIASZ-LIS, P. e WOJCIK, M. The village as a place of... anchoring the territorial identity of the countryside: examples from Poland. **Journal of Settlements and Spatial Planning**, 2021. DOI: SI. 10.24193/JSSPSI.2021.7.05. Disponível em: <https://abre.ai/orTp>. Acesso em: 20 out. 2024.

VIEIRA, F.; ALVES, F. D.; CORRÊA, J. S.; COSTA, T. M. M. A história da geografia cultural e o conceito de paisagem. **Caderno de Geografia**, Belo Horizonte, 31.2, 2021. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/geografia/article/view/27023>. Acesso em: 1 jun. 2023.

VIGNATI, A., BUSAYATAWAN, L., AZARIADIS, P., D'AMBROSIO, S. e BOFYLATOS, S. Teaching design in emerging countries: a train-the-trainer methodology. **Discern: International Journal of Design for Social Change, Sustainable Innovation and Entrepreneurship**, 3(1), p. 54–66, 2022. Disponível em: <https://abre.ai/orTq>. Acesso em: 20 set. 2024.

Sobre as autoras

Andréia Mesacasa

Docente do Departamento de Design do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS). Doutora em Design pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em Desenvolvimento Regional pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Graduada em Moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Áreas de interesse: Design de Moda, Desenvolvimento de Produto, Design para Sustentabilidade. <http://orcid.org/0000-0002-1280-0756>

Sandra Regina Rech

Docente do Departamento de Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Líder do Grupo de Pesquisa em Design e Tecnologia da Moda (UDESC/CNPq). Coordenadora do laboratório FPLab - Futuro do Presente e pesquisadora colaboradora da Universidade de Lisboa (CIAUD/Portugal). Áreas de interesse: Design de Moda, Estudos de Tendências, Cenários, Cultura de Consumo, Pesquisa Qualitativa e Metodologias. <https://orcid.org/0000-0002-0062-6914>