

Bruna Rocha de Oliveira

**DESENVOLVIMENTO DE MOBILIÁRIO COM
ENFOQUE NA IDENTIDADE AUTORAL DO
DESIGNER**

Projeto de Conclusão de Curso
submetido(a) ao Programa de
graduação da Universidade Federal de
Santa Catarina para a obtenção do
Grau de bacharel em Design
Orientador: Prof. Dr. Luiz Fernando
Gonçalves de Figueiredo

Florianópolis
2016

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

A ficha de identificação é elaborada pelo próprio autor
Maiores informações em:
<http://portalbu.ufsc.br/ficha>

Bruna Rocha de Oliveira

**DESENVOLVIMENTO DE MOBILIÁRIO COM ENFOQUE NA
IDENTIDADE AUTORAL DO DESIGNER**

Este projeto de conclusão de curso foi julgado(a) adequado(a) para obtenção do Título de bacharel, e aprovado em sua forma final pelo Programa de graduação da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 21 de Novembro de 2016.

Prof. Luciano de Castro, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Ricardo Goulart Tradizini Straioto, Me.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Francisco Gómez Castro, Me.
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Universidade Federal de Santa Catarina, ao curso de graduação de design e seu corpo docente por me proporcionar conhecimento para a execução deste projeto de conclusão de curso.

Agradeço a meu orientador Luiz Fernando Gonçalves Figueiredo por acreditar em meu projeto, pelo apoio e suporte nas orientações, pela disposição e dedicação a este projeto e pelo incentivo constante na busca pelos meus objetivos de carreira.

Aos meus familiares que não só me deram suporte em minha educação, mas que incentivaram a busca por meus sonhos.

Ao meu esposo Diogo de Campos que esteve durante esta jornada, incentivando meu trabalho, me apoiando física e mentalmente e me lembrando a todo o momento, que sou capaz.

Este trabalho é dedicado àqueles que me acompanharam e ofereceram suporte em minha jornada acadêmica.

Learning never exhausts the mind.
(Leonardo Da Vinci)

RESUMO

O presente relatório técnico-científico mostra o processo projetual de pesquisa e desenvolvimento de um conjunto de mobiliário e produtos de decoração com enfoque na identidade autoral do designer, presente nas características dos produtos, onde poderá ser visto as características do design escandinavo, uma vez que a coleção é criada para o mercado dinamarquês, e a inspiração em produtos tradicionais da cultura regional de Florianópolis, cidade onde o designer nasceu. Será trabalhado neste projeto a mistura destas duas características em uma coleção de produtos para a casa.

Palavras-chave: Pesquisa. Design. Produto.

ABSTRACT

The presented Technical-scientific report shows the projectual process of research and developing of a set of furniture and decor products focusing in the designers authorial identity seen in the product's characteristics, where shall be seen the scandinavian design characteristics, once the collection is made for the danish market, and also the inspirations on traditional products of the regional culture of Florianópolis, city where the designer was born. Therefore will be worked in this project a mix of these two characteristic in a collection of products for the home.

Keywords: Research. Design. Product.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Lixeira Hideaway- Muuto.....	34
Figura 2: Cadeira drop de Arne Jacobsen.....	35
Figura 3: Cover de Thomas Bentzen.....	36
Figura 4: <i>Half moon e rope rack</i> de TRIMM Copenhagen.....	38
Figura 5: Produtos da coleção daily fiction de Normann Copenhagen....	39
Figura 6: Mapa mental inicial.....	41
Figura 7: Banco de imagens de produtos dinamarqueses.....	43
Figura 8: Painel de referências da cultura Florianopolitana.....	44
Figura 9: Lista de necessidades do projeto.....	46
Figura 10: Mapa de padrões do repertório semântico.....	47
Figura 11: Mapa relacional de insights.....	48
Figura 12: Objetos (Formas) identificadas no mapa relacional.....	59
Figura 13: Recaracterização das formas do anzol e da folha da palmeira em um novo objeto.....	50
Figura 14: Recaracterização das formas do lampião em um novo objeto.....	51
Figura 15- Opção de luminária 1 (NANA Lamp).....	53
Figura 16: Luminária opção 2- Vista lateral.....	54
Figura 17: Luminária opção 2- Vista perspectiva.....	55
Figura 18: Luminária opção 3.....	56
Figura 19: Luminária opção 4.....	57
Figura 20: Opção de espelho de mesa.....	58
Figura 21: Suporte para plantas- opção 1.....	59
Figura 22: Suporte de plantas opção 2 (TOP POT).....	60
Figura 23: Opção 3 de suporte de plantas.....	61
Figura 24: Opção 1 de banco (TOOL STOOL).....	62
Figura 25: Banco opção 2.....	63
Figura 26: Opções de almofadas.....	64
Figura 27: Fibra de taboa.....	69
Figura 28: NANA Lamp.....	70
Figura 29: Tool Stool.....	71
Figura 30: Tool Stool em azul e taboa.....	72
Figura 31: Top Pot.....	73
Figura 32: Top Pot vista base.....	73
Figura 33: Almofada SKY.....	74
Figura 34: Protótipo reduzido.....	76

Figura 35: Protótipo em escala real.....	77
Figura 36: Protótipo do banco sem tecido.....	79
Figura 37: Tecido utilizado.....	80
Figura 38: Vazamento no assento.....	81
Figura 39: Encaixe dos tubos da base no assento.....	82
Figura 40: Encaixe dos tubos horizontais com os verticais.....	83
Figura 41: Detalhe da base e laterais do assento.....	84
Figura 42: Encaixe das laterais do banco.....	85
Figura 43: Visão de topo do desenho técnico.....	86
Figura 44: Visão frontal do banco.....	87
Figura 45: Detalhes do encaixe dos tubos.....	87
Figura 46: Medidas do encaixe lateral.....	88
Figura 47: Detalhes do encaixe lateral.....	88
Figura 48: Medidas do tubos de base horizontais.....	89
Figura 49: Medidas dos tubos de base verticais.....	89
Figura 50: Produtos em sala 1.....	91
Figura 51: Produtos em sala 2.....	91
Figura 52: Detalhe banco e luminária.....	92
Figura 53: Detalhe da luminária.....	92
Figura 54: Todos os produtos em display.....	93

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Análise de similares.....	66
Quadro 2: Materiais e métodos do protótipo.....	75
Quadro 3: Materiais e equipamentos para produção real.....	90

SUMÁRIO

1.	APRESENTAÇÃO DO TEMA.....	24
1.1	OBJETIVOS.....	25
1.1.1	Objetivo geral.....	25
1.1.2	Objetivos específicos.....	25
1.2	JUSTIFICATIVA.....	26
1.2	METODOLOGIA.....	26
2.	REFERENCIAL TEÓRICO.....	28
2.1	DESIGN AUTORAL.....	28
2.1.1	Design de identidade da marca pessoal.....	29
2.2	O DESIGN DINAMARQUÊS.....	30
2.2.1	Mercado.....	31
2.2.2	Produtores.....	31
2.2.3	Distribuidores.....	31
2.2.4	Consumidores.....	31
2.3	CARACTERÍSTICAS.....	32
3.	DESENVOLVIMENTO.....	40
4.	OUVIR.....	40
4.1.	DESAFIO ESTRATÉGICO.....	40
4.1.1	Descoberta ou oportunidade.....	40
4.2.	MAPA MENTAL.....	40
4.3.	CENÁRIOS DE USO E AVALIAÇÃO DO CONHECIMENTO PRÉ EXISTENTE.....	41
4.3.1	Escolha dos métodos de pesquisa.....	42
4.3.1.1	Identifique com quem conversar.....	42
4.3.1.2	Auto documentação.....	42
4.3.1.3	Entrevistas com especialistas.....	45
4.3.1.4	Imersão em contexto.....	45
5.	CRIAR.....	45
5.1.	PROJETO EMPÁTICO.....	45
5.2.	LISTA DE NECESSIDADES.....	46
5.3.	MAPEANDO PADRÕES.....	47
5.3.1.	Extraindo insights principais.....	48

5.3.2. Encontrando temas.....	48
5.4. SKETCHING.....	52
5.5. ANÁLISE DE SIMILARES.....	65
5.6. VALIDAÇÃO DE IDÉIAS.....	68
5.6.1. Melhores alternativas.....	68
5.6.2. Modelagem.....	70
6. IMPLEMENTAR.....	74
6.1. DELIMITANDO PROTOTIPAÇÃO.....	74
6.1.1. Materiais e métodos do protótipo.....	74
6.2. PROTÓTIPO.....	75
6.3. DESENHO TÉCNICO.....	85
6.4. IDENTIFICANDO CAPACIDADES DE PRODUÇÃO.....	89
6.4.1. Equipamentos e materiais para a produção real.....	89
6.4.2. Parceiros chave.....	89
6.5. APRESENTAÇÃO DO PRODUTO EM CONTEXTO.....	90
7. CONCLUSÃO.....	94
REFERÊNCIAS.....	96
ANEXO A- Entrevista à designer.....	102
ANEXO B- Entrevista à loja AREASTORE.....	103
ANEXO C- Desenhos técnicos.....	104

APRESENTAÇÃO DO TEMA

Por muito tempo a entrada do designer recém formado no mercado de trabalho estava definida como a entrada em uma empresa consolidada no mercado. “O design dos “novos” da década de 1980 favoreceu a tendência do chamado design de autor, o culto ao autor, em seu surgimento refletia o fenômeno da mencionada pressão da cultura de massa por individualismo (SCHNEIDER, 2010. p168). Esta nova visão de design abriu oportunidades para novos designers que não gostariam de enquadrar-se nas demandas estabelecidos nas grandes empresas a criarem portanto peças que apresentavam acima de tudo a sua identidade . Porém em outra face o design autoral, com seu cunho artístico fez por aproximar o designer ao processo de produção do produto. O significado da palavra ‘autor’ mudou significativamente ao longo da história e tem sido objeto de intensa análise nos últimos 40 anos. As definições mais antigas não são associadas à literatura *per se*, mas denotam a pessoa que origina ou dá existência a algo (ROCK, 2013). Nota-se portanto a forte aproximação do designer como criador.

Camila Rodrigues no podcast Visual+mente #15 - Diálogos sobre design autoral, define design autoral como aquele onde o designer está presente em seu trabalho, onde no conjunto de trabalhos do autor é possível ver características pessoais do mesmo.

No âmbito do design escandinavo o design autoral está diretamente ligado às práticas tradicionais de produção de manufatura, vindas de uma cultura artística muito forte. Por tradição os povos escandinavos tem confiado a engenhosidade do design para sobrevivência e tem se aficionado ao uso eficaz dos recursos materiais disponíveis (CHARLOTTE E FIEL, 2003). Devido à globalização e a competitividade do mercado de design, o conhecimento de produção é crítico para trazer a habilidade de desafiar materiais e inovar os métodos de produção (JAKOBSEN, 2016).

Tendo em vista este contexto, pretende-se desenvolver a identidade autoral do designer à entrar no mercado, com foco nas características do design escandinavo uma vez que, a designer não somente tem inspiração no design escandinavo mas como irá residir e trabalhar como designer na Dinamarca, e na inspiração em peças tradicionais da cultura florianopolitana.

É desejado, portanto, que neste trabalho de conclusão de curso seja criada um conjunto de produtos de mobiliário e decoração que demonstre as características no designer dadas as inspirações pessoais do mesmo.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo deste projeto é desenvolver um conjunto de produtos de mobiliário e decoração com características de produção e estética do design dinamarquês e inspirado em produtos tipicamente florianopolitanos, caracterizando o desenvolvimento do design autoral para o mercado.

1.1.2 Objetivos Específicos

São objetivos específicos deste projeto:

- Compreender a prática do design autoral
- Realizar análise do design dinamarquês em seu contexto histórico cultural
- Aprimorar técnicas de produção
- Compreender as necessidades do público alvo e conectá-las com o design autoral

1.2 JUSTIFICATIVA

As motivações para a escolha do tema deste projeto se dão primeiramente pela intenção da aluna na criação de sua identidade autoral e interesse de trabalhar neste mercado. Além disso o estudo do design Dinamarquês se dá pela experiência vivenciada, pela aluna, no país por um período de três meses e por ser o país onde a aluna irá residir e trabalhar.

Por fim, entende-se a necessidade de desenvolver conteúdos acerca do design autoral, por ser ainda um tema pouco discutido e com poucas informações condensadas em trabalhos acadêmicos.

1.3 METODOLOGIA

Este projeto se utilizou da metodologia HCD (*Human Centered Design*) porém se utilizando de alterações na metodologia quando necessário. A metodologia HCD instiga a modificação e adaptação da metodologia conforme a necessidade do projeto.

Foi definida portanto a utilização das seguintes ferramentas metodológicas:

OUVIR

1- Desafio estratégico

1.1- Descoberta ou oportunidade

2- Mapa mental

2.1- Cronograma

3- Cenários de uso e avaliação do conhecimento pré existente

3.1- Mergulho Profundo de vários meses

3.2- Conhecimentos

4- Escolha dos métodos de pesquisa

4.1- Auto Documentação

4.2- Identifique com quem conversar

4.3- Entrevistas com especialistas

4.4- Imersão em contexto

CRIAR

- 5- Desenvolvendo a abordagem
 - 5.1- Projeto empático
- 6- Identificando padrões
 - 6.1- Criando estruturas
 - 6.1.2- Mapa relacional
 - 6.2- Extraindo insights principais
 - 6.3- Encontrando temas
 - 6.4- Áreas de oportunidade
 - 6.4.1- Delimitando prototipação
 - 6.4.2- Materiais e métodos
- 7- Mapa de referências
- 8- Sketching
 - 8.1-Rendering
- 9- Coletando feedback
 - 9.1- Validação das ideias
 - 9.2- Melhores alternativas
- 10- Análise de similares
 - 10.2- Alternativas finais

IMPLEMENTAR

- 11- Protótipo
- 12- Modelagem
- 13- Desenho técnico
- 14-Identificando capacidades de implementação
 - 14.2- Equipamentos e materiais
 - 14.3- Parceiros chave
- 15- Apresentação do produto em contexto

2.0 Referencial teórico

2.1 Design autoral

O design autoral é aquele em que é possível ver características pessoais do autor em seus produtos. (RODRIGUES Visual+mente #15 - Diálogos sobre design autoral). Ao criar um produto, o projetista entrega a ele, por meio da funcionalidade e da estética, uma carga de valores e símbolos já vivenciados (LAHIRE, 2006) que constituem a identidade pessoal do designer. É possível, portanto, tomar proveito dos signos já intrínsecos do designer e transformá-los em características de sua criação a fim de constituir assim a identidade visual da coleção.

Segundo Hall (2000, p. 12-13) À medida que os sistemas formadores de identidade cultural se multiplicam, os indivíduos se esforçam para se identificar de forma única dentro de uma “identidade possível” e o indivíduo, com sua identidade própria, é composto não de uma única, mas de várias identidades. No contexto brasileiro esta multi-identidade se deve em parte por sua pluralidade de origens sociais e étnicas definindo uma nação multicultural. Como parte desta sociedade multicultural o designer carrega consigo elementos culturais familiares de diferentes origens sociais, e no caso deste projeto a designer carrega consigo a cultura da região em que cresceu, a cultura tradicional açoriana. Porém como Santos (2005) ressalta “a identidade de um povo não é rígida ou imutável; ela se constrói e se modifica na sequência de um constante processo de transformação.” Isto significa que a cultura açoriana inserida no contexto brasileiro se transformou e se recharacterizou ao longo do tempo, fazendo com que mesmo entre indivíduos nascidos em Florianópolis há diferenciações de aspecto culturais açorianos, afetados por fatores regionais, ainda dentro da mesma cidade, familiares e sociais. Desta forma, para se transmitir as características culturais do designer ao seu produto é necessário buscar informações da cultura em que este esteve inserido ao longo de sua vida, ou seja, é necessário resgatar referências da cultura açoriana que o designer vivenciou em sua vida, pois esta sim é parte da identidade do autor.

2.1.2 Design de identidade da marca pessoal

Um mercado globalizado também significa um mercado disputado. Em um mar de grandes criações é necessário que o designer distinga. A identidade da marca deve ser tangível, vista, sentida, reconhecida. Ela alimenta o reconhecimento, amplia a diferenciação, entre seus produtos e os concorrentes, e torna grandes ideias e significados mais acessíveis (WHEELER, 2012, P14), isto significa que a identidade que o designer autoral possui em sua marca pessoal deve ser transmitida à sua marca de venda, e esta deve estar explícita nos produtos que vende. Segundo Hall (1977) os participantes de cada cultura que conferem significância às pessoas, objetos e eventos. Sendo os designers criadores de objetos, estes transmitem às suas novas criações novos significados. Desta forma temos que os significados dados aos seus produtos vêm dos significados ou cultura do próprio criador. Ao deixar visível em seus produtos a identidade pessoal, o designer cria uma conexão entre a marca e seus produtos. Este processo foi criado ao desenvolver a identidade da coleção criada neste projeto.

2.2 O design dinamarquês

Segundo Charlotte e Fiel (2003) o design dinamarquês está fortemente ligado à uma cultura com raízes socialistas presentes no país, onde um bom projeto é aquele que resolve um problema de forma funcional utilizando-se não só de materiais disponíveis no país, mas como de técnicas que façam o melhor proveito destes materiais. Após a segunda guerra designers e artistas dinamarqueses viajaram ao Japão, visitando workshops e aprendendo sobre as técnicas de produção tradicionais japonesas, o que caracterizou uma nova fase no design dinamarquês, pois as características artísticas japonesas tiveram grande influência tanto na já presente arte dinamarquesa mas como no design do país (Exibição Learning From Japan- Museu de design dinamarquês).

Segundo estudiosos da exposição *Learning From Japan* as expedições ao Japão trouxeram uma aproximação do design dinamarquês à natureza, elemento muito presente na arte japonesa, e as formas orgânicas, curvilíneas, com inspiração em ondas do mar, podem ser vistos em trabalhos de muitos designers na Dinamarca. Em combinação com o melhor uso dos materiais naturais e a grande influência da simplicidade e aproximação da natureza vindas do Japão, os dinamarqueses gradualmente se distanciaram das peças convencionais burguesas até então presentes em suas peças, enquanto que os designers de mobiliário aproveitaram-se ainda mais de sua paixão por materiais naturais. Segundo Austin (2000) “hoje o design está presente em todo lugar na sociedade dinamarquesa, do mobiliário e utilitários para casa às lâmpadas de rua e a organização do setor público. O design está tão integrado com o modo que as coisas são que é implícito o entendimento de que é válido criar coisas que não só funcionem, mas que também são elegantes, até belas”. Austin (2000) ressalta ainda que as boas empresas de design na Dinamarca estão trabalhando fortemente nas coisas intangíveis do produto físico, como as histórias, o imaginário e as coisas casuais, o que as ajuda a criar significado para seus produtos e destacá-los dos demais.

Em 1949 o livro *Objetos de qualidade para o cotidiano*, do designer Erik Erlow, foi adotado como lema do design dinamarquês e o perfil de design humano e social surgiu e criou raízes nas décadas seguintes.

O surpreendente e o emocionante, a geração de diálogo e o estímulo sensorial, o poético e o sofisticado, a capacidade de criar uma aura sem se tornar incompreensível ou irreconhecível, são todos valores e atributos evidentes no design dinamarquês contemporâneo, tanto no mobiliário como em outras categorias de produtos. Portanto, o foco em aspectos expressivos e o potencial do signo semiótico são algumas das características das tendências do design dinamarquês nas últimas décadas. O novo interesse em evocar imagens e associações também levou a uma abertura em direção a qualidades narrativas. Se, de fato, o futuro pertence aos contadores de histórias', os designers e artesãos dinamarqueses estarão entre eles (DYBDAHL, 2014, p. 23)

2.2.1 Mercado

2.2.1.1 Produtores

Os produtores são os designers em si, e neste caso designers dinamarqueses, que produzem para a Dinamarca e exterior. Uma breve entrevista foi aplicada à designer Pil Bredhal, que produz peças para marcas como Muuto e Menu, com o intuito de conhecer o design dinamarquês na visão de designers dinamarqueses da atualidade e se encontra do anexo A.

2.2.1.2 Distribuidores

Os distribuidores são aqueles que não projetam, mas revendem os produtos. São shoppings de mobiliário e decoração, lojas físicas ou virtuais. Ou ainda lojas que vendem apenas produtos assinados, como a conhecida Muuto, que traz produtos exclusivos escolhidos do acervo de designers escandinavos ou contratados especificamente, fazendo a loja ter uma identidade visual própria e ser assim vista como uma marca de design de produtos. Para compreender melhor o processo de escolha destas lojas, foi realizada uma entrevista com a loja de produtos e mobiliário AREASTORE. A entrevista também tem o objetivo de aprofundar o conhecimento sobre o público dinamarquês e seu perfil de compra. A entrevista pode ser encontrada no anexo B.

2.2.1.3 Consumidores

Os consumidores são o foco principal do projeto. Eles compõem o público alvo, que neste caso é o consumidor dinamarquês. Para um projeto autoral de mobiliário e decoração com peças diversas é necessário assumir que o público alvo será por vezes abrangente, especialmente quando se projeta produtos em um país com tradicionalidade e interesse em design. Porém, é preciso definir limites para que o projeto tenha um foco específico. Os limites de

público podem de dar pelo objeto a ser criado, pelo valor do produto final, pelas tendências de compra entre outros. No caso deste projeto, procura-se criar produtos com material de qualidade e manufaturados, o que limita o público pelo preço final do produto, focando em jovens e adultos trabalhadores de classe média-alta. Porém ainda é importante considerar que apenas cerca de 6% da população da dinamarca é de classe baixa e 73% da população apta a trabalhar está empregada, o que torna o público alvo dentro do limite definido ainda bastante grande. Desta forma é necessário conhecer o público e seus desejos de compra por outros meios que entrevistas pessoais e o conhecimento do público alvo deve ser dar pela análise bibliográfica sobre o tema e pesquisas com os atuais provedores de produtos para este público.

Para compreender o desejo dos dinamarqueses em relação ao design de mobiliário, é necessária uma análise de duas áreas principais: O design de produtos e o design de interiores. O design de mobiliário possui raízes fortes no país devido ao modo em que a sociedade é estruturada e que a cultura dinamarquesa foi construída. A forma democrático e humana de vida e o desejo de produzir produtos e sistemas que funcionem e que durem, estão intrínsecas nos dinamarqueses (MUNTER, 2014) e ainda mais quando se tratam de produtos que viverão em seus lares. O alto custo de bares, restaurantes e quaisquer atrações das cidades e a cultura do “Hygge”, que descreve o modo de viver apreciando as pequenas coisas e as boas companhias, faz das casas o centro da vida social na Dinamarca (WIKING, 2016) e com isso traz mais interesse em um interior interessante, aconchegante e bem desenvolvido.

2.2.3 Características

Devido às mudanças histórico culturais do país e do design não é possível definirmos uma única identidade imutável para o design

dinamarquês, porém é possível apontar alguns de seus pontos focais como o encontro com influências externas, que moldou o atual design dinamarquês. (DYBDHAL, 2014, p. 24)

- 1- Encontro com influências externas- Moderação no diálogo transicional
- 2- Construir pontes- preservar a continuidade do desenvolvimento
- 3- Habilidade- Criação de uma atmosfera
- 4- Estética das ferramentas, simplicidade e detalhes
- 5- Artes e ofícios como fonte de inovação para o desenho industrial
- 6- Valor do simbolismo e das associações
- 7- Perfil social e empático- Foco no usuário
- 8- Posição antiautoritária- União de esforços
- 9- Imperativo ecológico- Sustentabilidade
- 10- Nova disposição- Design dinamarquês no contexto global

O desafio deste projeto é apresentar estas características nos produtos criados, utilizando a inspiração na cultura florianopolitana como a fonte de simbolismo, e para a criação de uma atmosfera intimista e aconchegante para o lar. Os traços culturais da cidade de Florianópolis também marcam o bom diálogo com as influências externas do design dinamarquês.

Além das características produtivas do design dinamarquês, é possível notar uma série de características visuais de seus produtos, que devem ser consideradas na criação deste projeto.

Através de uma análise dos produtos encontrados no país, em lojas, feiras e empresas, pôde-se traçar as seguintes características visuais.

Funcionalismo:

Figura 1: Lixeira Hideaway- Muuto



Fonte: Website Muuto

Além da grande preocupação com a estética, um produto de design dinamarquês deve também ser interessante na usabilidade. A lixeira “Hideaway” da moderna Muuto, traz não só uma aparência interessante mas também a praticabilidade do uso da tampa, que pode manter-se aberta durante o uso, sem a necessidade de segurá-la.

Linhas minimalistas:

Figura 2: Cadeira drop de Arne Jacobsen



Fonte: Website Republic of Fritz Hansen

As formas vistas nos produtos dinamarqueses são mínimas, com poucas variações de formas em uma única peça, como visto nas cadeiras “Drop” de Arne Jacobsen. Além disso as linhas são simples, mesmo nas formas mais orgânicas, ou seja mesmo em uma peça bastante curvada como a cadeira “Drop” existe apenas uma concha principal, contrastando com as linhas retas e finas da base da cadeira.

Uso da madeira:

Figura 3: Cover de Thomas Bentzen



Fonte: Website Muuto

Como um material tradicional da indústria moveleira, o uso da madeira é muito abrangente no design dinamarquês, porém a preocupação ambiental também trouxe um uso diferenciado deste

material. A introdução do laminado de madeira, cada vez mais resistente e maleável, trouxe diversas possibilidades de produção para o mobiliário. A cadeira “Cover” do designer Thomas Bentzen para Mutto mostra o uso do próprio laminado para criar as conexões da peça.

A história presente na forma:

Figura 4: *Half moon e rope rack* de TRIMM Copenhagen



Fonte: Website TRIMM Copenhagen

A marca TRIMM Copenhagen imprime nas suas peças feitas com cordas e o uso de *sumbrella*, mesmo tecido utilizado nas velas de barcos, as raízes do designer Tim Nielsen como fabricante de velas para barcos.

Fazer do ordinário extraordinário:

Figura 5: Produtos da coleção *daily fiction* de Normann Copenhagen



Fonte: Website Normann Copenhagen

O design na dinamarca está presente em todos os aspectos, e não há produto simples demais que não mereça um bom projeto de design. A Normann Copenhagen, conhecida por seu mobiliário modernos é a mais nova empresa de design dinamarquês a lançar uma linha inteira de papelaria e pequenos utilitários, que inclui inclusive plásticos Ziplock. Intitulada “*Daily Fiction*”, a coleção foi criada a fim de trazer ao público a oportunidade de expressar suas histórias e gostos através do design por meio de produtos simples e mais baratos que peças de mobiliário.

3.0 DESENVOLVIMENTO

4.0 OUVIR

4.1 Desafio estratégico

O desafio estratégico de um projeto é a frase que define o objetivo geral deste projeto. Ela responde “Afinal o que queremos fazer” e guia o processo futuro. Desta forma, criou-se uma frase chave que definiu o objetivo deste trabalho: Desenvolver a identidade autoral do designer no mercado de design da Dinamarca, por meio da criação de mobiliário inspirado na cultura florianopolitana.

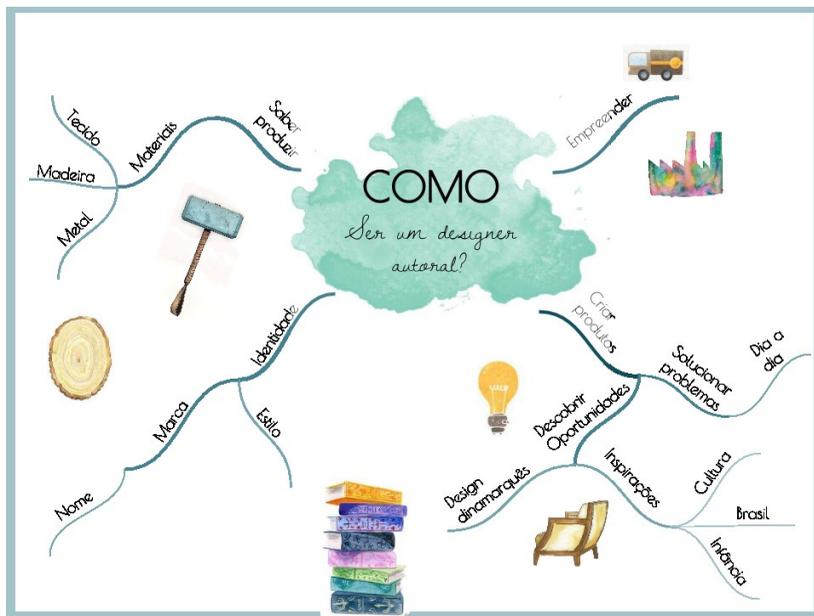
4.2 Descoberta ou oportunidade

Em muitos casos o design trabalha na solução de um problema conhecido, porém como fonte de inovação, por vezes processo de design se inicia ao explorar uma oportunidade. Esta oportunidade pode se dar pelo aproveitamento de um nicho de mercado, ou pela descoberta de anseios do público. No caso deste projeto, será explorado o interesse dos dinamarqueses em objetos com uma história marcante.

4.2.1 Mapa mental

O mapa mental do projeto é um guia das etapas seguintes no decorrer do trabalho, seu propósito é organizar o projeto e definir um ponto de partida. Neste projeto o desafio inicial foi como ser um designer autoral, considerando a Dinamarca como mercado de atuação.

Figura 6: Mapa mental inicial



Fonte: Elaborado pela autora

Com o mapa mental foi possível definir os caminhos para as principais dúvidas do projeto: A criação da identidade, neste caso explorando a cultura florianopolitana, a descoberta de oportunidade de criação, neste caso produtos que narram uma história, e a produção, de acordo com as técnicas e materiais disponíveis na Dinamarca.

4.2.2 Cenários de uso e avaliação do conhecimento pré existente

Havendo a possibilidade de uma visita à Dinamarca por um período de mais de dois meses, foi escolhido fazer um mergulho profundo no alvo de estudos, afim de conhecer de perto a história e as criações do design de produto escandinavo.

A visita ainda teve como intuito confirmar ou esclarecer o conhecimento pré existente sobre o design dinamarquês conforme mostrado na fig. XX .

Com as áreas de pesquisa definidas, foi realizada a etapa de avaliação do conhecimento pré existente sobre o design dinamarquês, baseado nas observações feitas na visita ao país. Esta etapa guiará a pesquisa de referencial teórico sobre este tema e será revisada e comparada com os conhecimentos adquiridos após a pesquisa. A figura 2 mostra as características e materiais definidos como presentes no design dinamarquês antes da pesquisa bibliográfica em artigos e livros.

4.3 Escolha dos métodos de pesquisa

4.3.1 Identifique com quem conversar

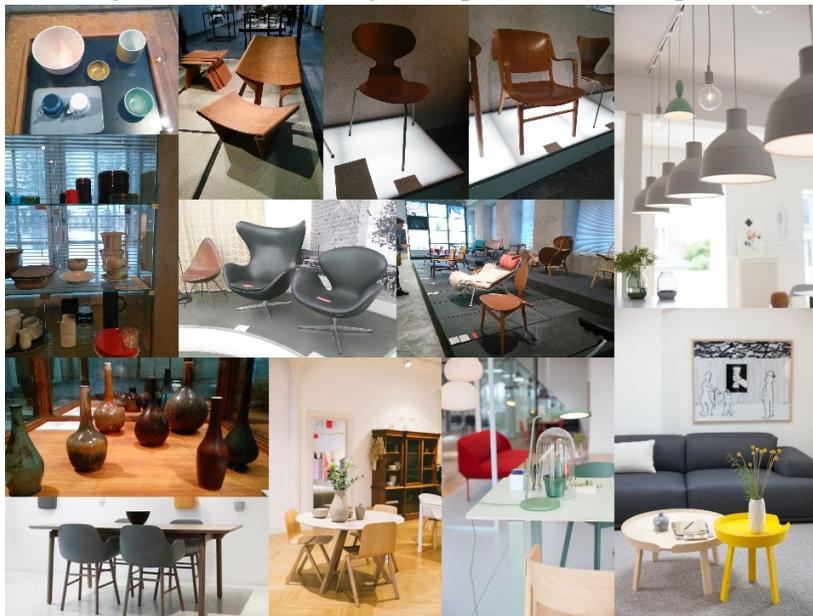
Nesta etapa foi definido com quem conversar a fim de iniciar o processo de pesquisa. A conversa, nesta técnica pode ser uma entrevista com especialistas, como a feita com outros designers dinamarqueses, ou uma conversa guia, por exemplo no caso das imagens de referência da cultura florianopolitana, foi obtido ajuda dos avós da designer, que possuem conexão mais forte com os elementos de sua cultura, para definir quais imagens seriam interessantes registrar.

4.3.2 Auto documentação

Durante o período de estada em Copenhagen foi feita uma visita ao *Danish Design museum* onde além da tradicional exibição das peças mais marcantes da história do design dinamarquês foi possível ver a exibição *Learning from Japan* (Aprendendo com o Japão) onde é apresentado como as artes japonesas inspiraram o início no design gráfico e de produto da dinamarca. Além disso foi possível visitar em Copenhagen as lojas e escritórios de marcas de

design de produto atuais o que trouxe um conhecimento mais aprofundado dos materiais utilizados e texturas empregadas nos produtos.

Figura 7: Banco de imagens de produtos dinamarqueses



Fonte: Fotografadas pela autora

Confirmou-se nesta etapa, as características visuais anteriormente pesquisadas, sendo possível traçar uma lista de necessidades para que o projeto, garantindo assim que os produtos criados tenham as características visuais e construtivas desejadas pelo público dinamarquês. Além disso esta etapa garantiu um extenso banco de imagens de produtos dinamarqueses para análise de similares.

Realizou-se a mesma etapa para a coleta de referencial semântico cultural florianopolitano da aluna, criando um painel de imagens com referências da cultura manezinha e aspectos da infância

da designer em seu convívio em Florianópolis, como apresentadas na Fig. 8.

Figura 8: Painel de referências da cultura Florianopolitana



Fonte: Fotografadas pela autora

As fotos tiradas retratam pontos da ilha de Florianópolis, como a avenida Beira Mar e a praia de Coqueiros e da Praia do Sonho, no município de Palhoça, onde a designer passou grande parte de sua infância. Estas imagens foram tiradas com o propósito de registrar formas da natureza nestas áreas, como o coqueiro, e as cores do mar e do céu. Além destas imagens, também foram retratados objetos típicos da cultura Manezinha, como o lampião, a rede, as panelas de barro e os materiais feitos a mão de forma caseira, como bancos, escovas para limpeza de peixes e vassouras.

4.3.3 Entrevistas com especialistas

Nesta etapa foram entrevistados especialistas em design, os produtores, e em revenda a fim de confirmar do ponto de vistas destes profissionais as características que não poderiam ser excluídas na criação dos produtos para que eles sejam então produtos para o mercado de design dinamarquês.

4.3.4 Imersão em contexto

Por fim a última técnica de pesquisa escolhida, foi a que por si definiu o objetivo deste trabalho. A técnica de imersão em contexto é aquela onde o designer convive no contexto escolhido para seu projeto, ou seja, se deseja criar um produto para certa comunidade, é desejado que o designer viva nesta comunidade por um período de tempo. Esta etapa ajuda não só em inspiração, mas para que o designer viva a cultura daquela comunidade, e entenda assim, os motivos que levam aquele público a ter seus padrões de compras e de anseios. Neste projeto, a designer teve a oportunidade de conviver com seu público e com outros designers que produzem para este mesmo público por vários meses, sendo esta técnica a de maior significância para o projeto.

5.0 CRIAR

5.1 Projeto empático

A primeira parte da etapa de criação é a definição do tipo de criação que será feita no projeto, seja de co-criação ou empática, e optou-se pela criação empática, aquela que o designer cria sozinho, por este se tratar de um projeto de criação autoral.

5.2 Lista de necessidades

Com o conhecimento adquirido sobre as características do design dinamarquês e os anseios do público neste país, foi criada uma

lista de necessidades a serem consideradas na criação dos produtos. A lista inclui características produtivas e também os materiais a serem utilizados, baseados na disponibilidade de material no país e na tradição dos mesmos.

Figura 9: Lista de necessidades do projeto

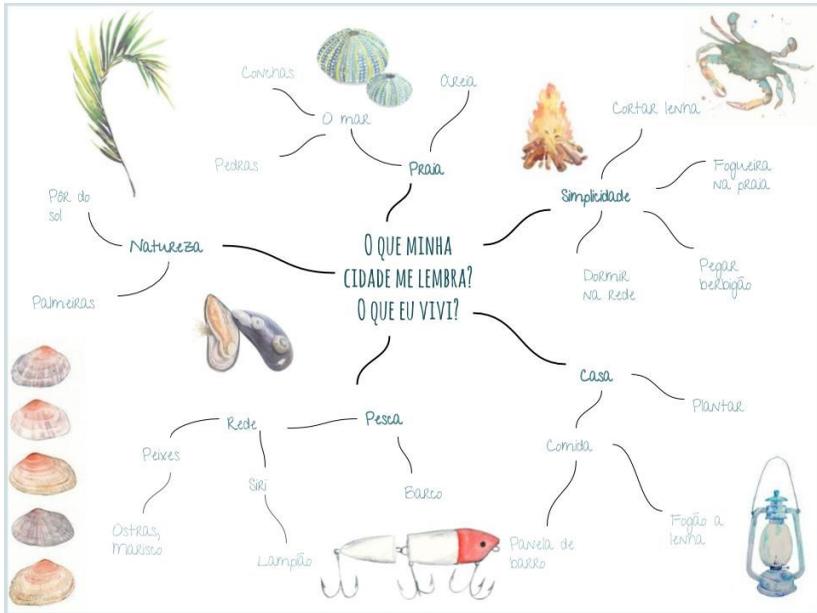


Fonte: Elaborado pela autora

5.3 Mapeando padrões

Nesta etapa, já iniciando efetivamente as técnicas de criação, foi realizada a técnica de identificação de padrões por meio da criação de estruturas que conectam as relações do repertório semântico cultural da designer, como mostra a figura 10.

Figura 10: Mapa de padrões do repertório semântico



Fonte: Elaborado pela autora

5.3.1 Extraindo insights principais

Com o repertório semântico mapeado foi necessário extrair os principais insights e relacioná-los com as características do design dinamarquês, a fim de que o produto a ser criado corresponda tanto ao repertório semântico cultural do designer quanto às técnicas e características do design dinamarquês. A figura 11 mostra o mapa relacional entre os insights encontrados a partir do mapa semântico e as características do design dinamarquês encontradas na primeira etapa de pesquisa.

Figura 11: Mapa relacional de insights

DO REPERTÓRIO SEMÂNTICO				
FORMAS	CORES	MATERIAIS	TEXTURAS	SENSAÇÃO
Folha da Palmeira	Beg e laranja	BAREO	ondas	Aconchego
Temas	Azul	CERÂMICA	arenoso	Simplicidade
Orgânica / Arredondada (conchas)	Verde água	MADREIRA	lã	
lampião	Tons pastéis	metal	Fibroso	
gancho (arrêdo)	Perolado	tecido		
Paneta de barro	madeira			

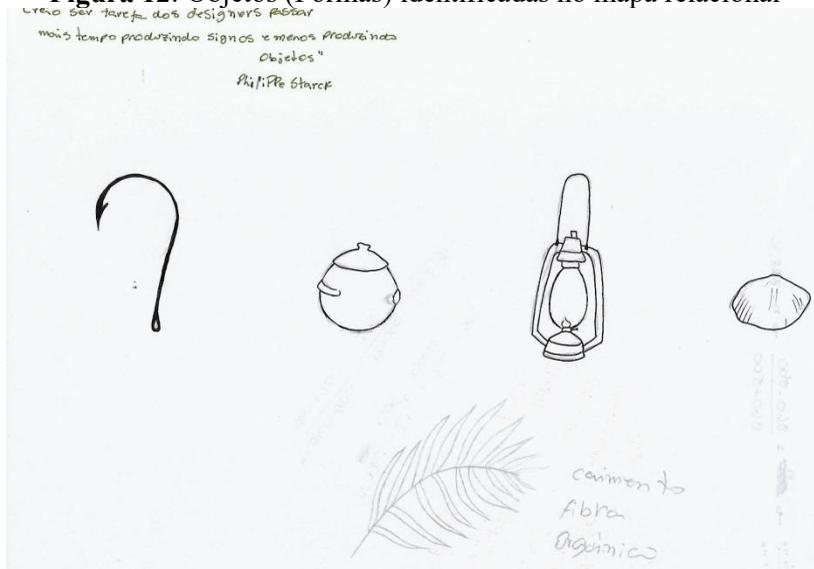
DO DESIGN DINAMARQUÊS				
Orgânico / arredondado	que mostram/ evidenciam o material	CERÂMICA	que evidenciam o material	aconchego
Geométrico	netas	MADREIRA		Simplicidade
		METAL		minimalismo

Fonte: Elaborado pela autora

5.3.2 Encontrando temas

Nesta etapa foi percebida uma grande influência da forma de objetos criados pelo homem como inspiração no repertório semântico e, portanto, optado pela criação de produtos a partir destas formas. Porém não foi desejada a reformulação destes objetos e sim a compreensão dos signos que as formas carregam a fim de desconstruí-los em formas essenciais e transmiti-los a um produto único.

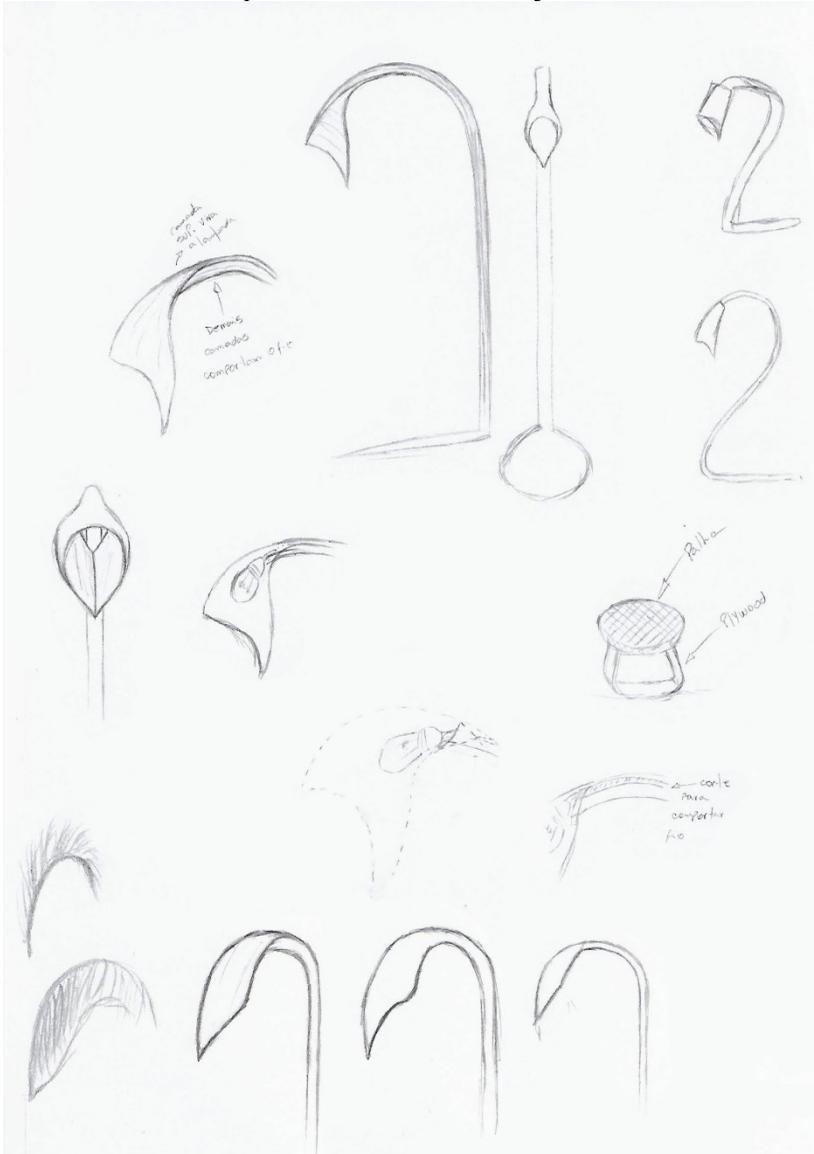
Figura 12: Objetos (Formas) identificadas no mapa relacional



Fonte: Elaborado pela autora

Segundo JAPIASSU e MARCONDES (1990) A forma é aquilo que, na coisa, é inteligível, podendo ser conhecido pela razão, o “definível”. Desta forma na criação de novos produtos a partir de formas definidas, é necessário compreender quais características das formas que as definem como tal, para que, mantendo sua forma essencial, se mantivesse o signo, mesmo que a forma inicial fosse aplicada num segundo objeto. As figuras 13 e 14, mostram os primeiros processos de recharacterização da forma em um novo objeto, mantendo-se a significância das formas originais.

Figura 13: Recaracterização das formas do anzol e da folha da palmeira em um novo objeto



Fonte: Elaborado pela autora

4. A TONALIDADE

5. A COR

Desta forma, foi trabalhado no processo de criação de novos produtos que contivessem silhuetas de objetos típicos florianopolitanos, como o volume do gancho, a estrutura do lampião ou a forma da panela de barro. Definiu-se que a tonalidade e cor seriam definidas pelo novo material trabalhado, que segundo o mapa relacional deve ser metal, madeira ou cerâmica em suas cores originais, enquanto que quando trabalhado com tecidos, seria aplicado o azul, cor bastante presente no mapa semântico de Florianópolis, representando as cores do mar e do céu.

5.4 Sketching

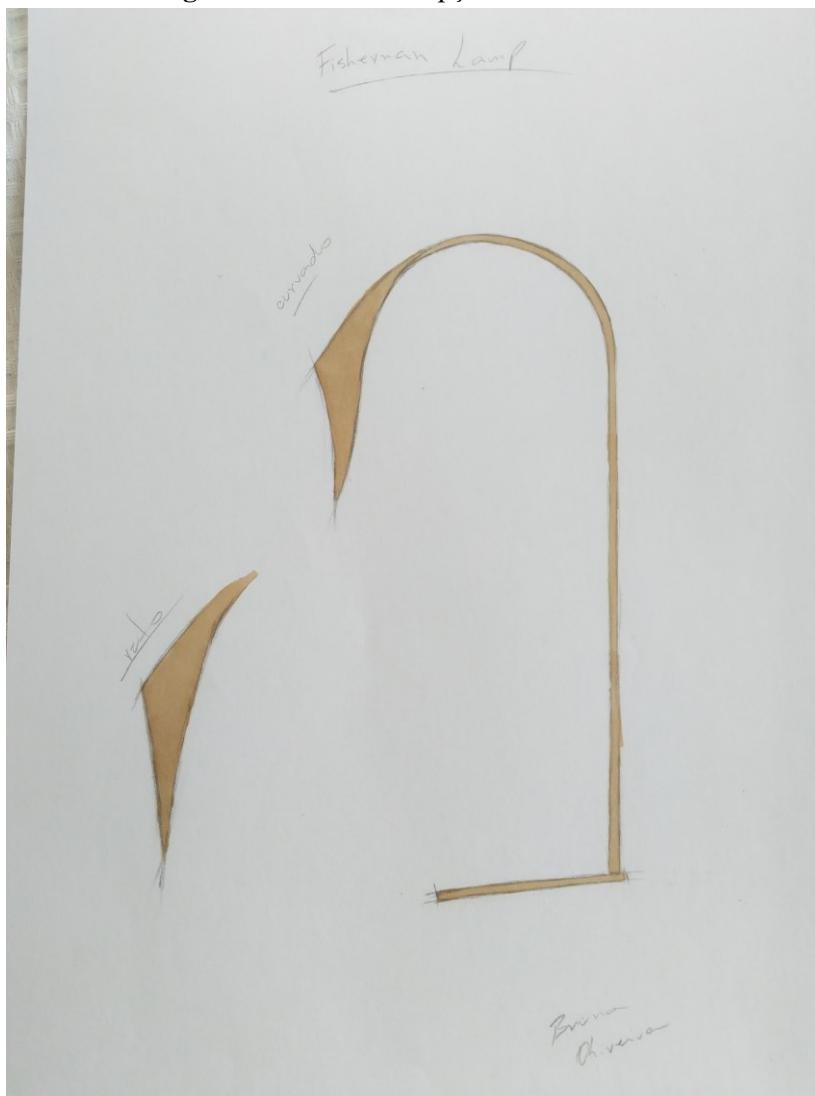
A fim de se criar uma coleção para um ambiente da casa, foi decidido desenvolver um conjunto de quatro objetos que pudessem ser inseridos em um ambiente e que servissem diferentes propósitos. Uma luminária, um suporte para plantas, almofadas e um banco, foram os quatro objetos desenvolvidos.

Figura 15- Opção de luminária 1 (NANA Lamp)



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 16: Luminária opção 2- Vista lateral



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 17: Luminária opção 2- Vista perspectiva



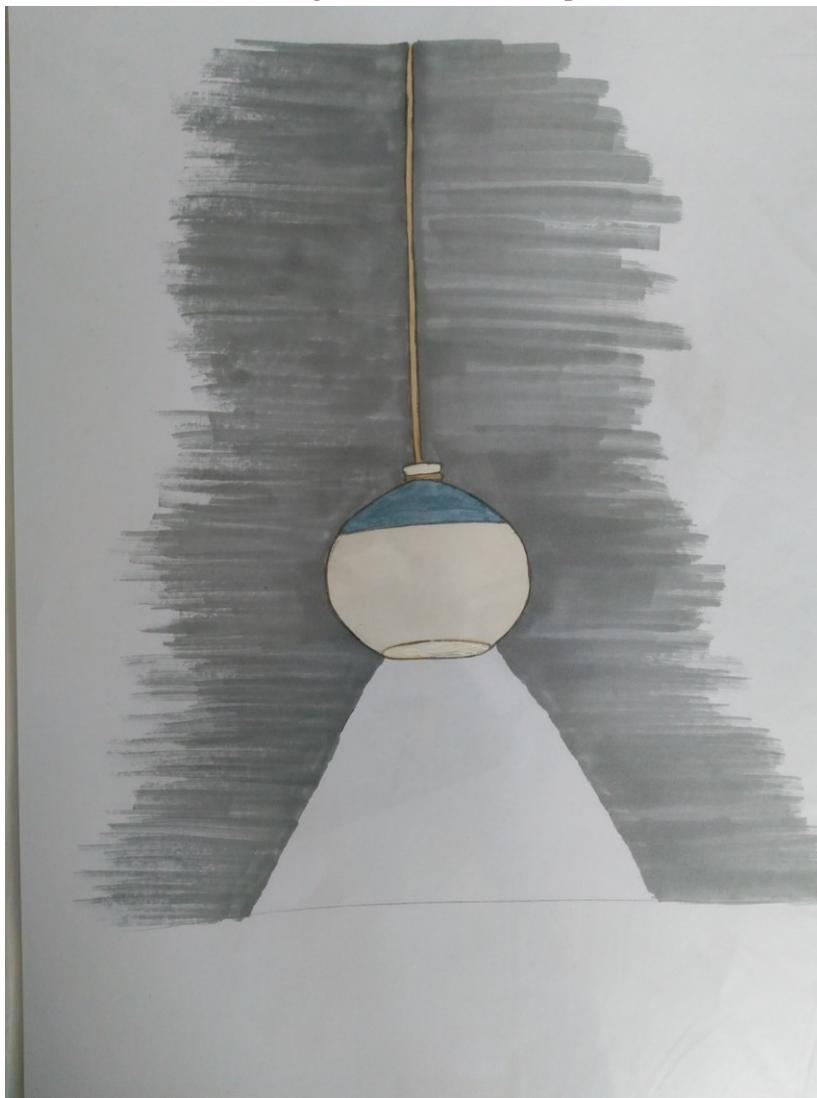
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 18: Luminária opção 3



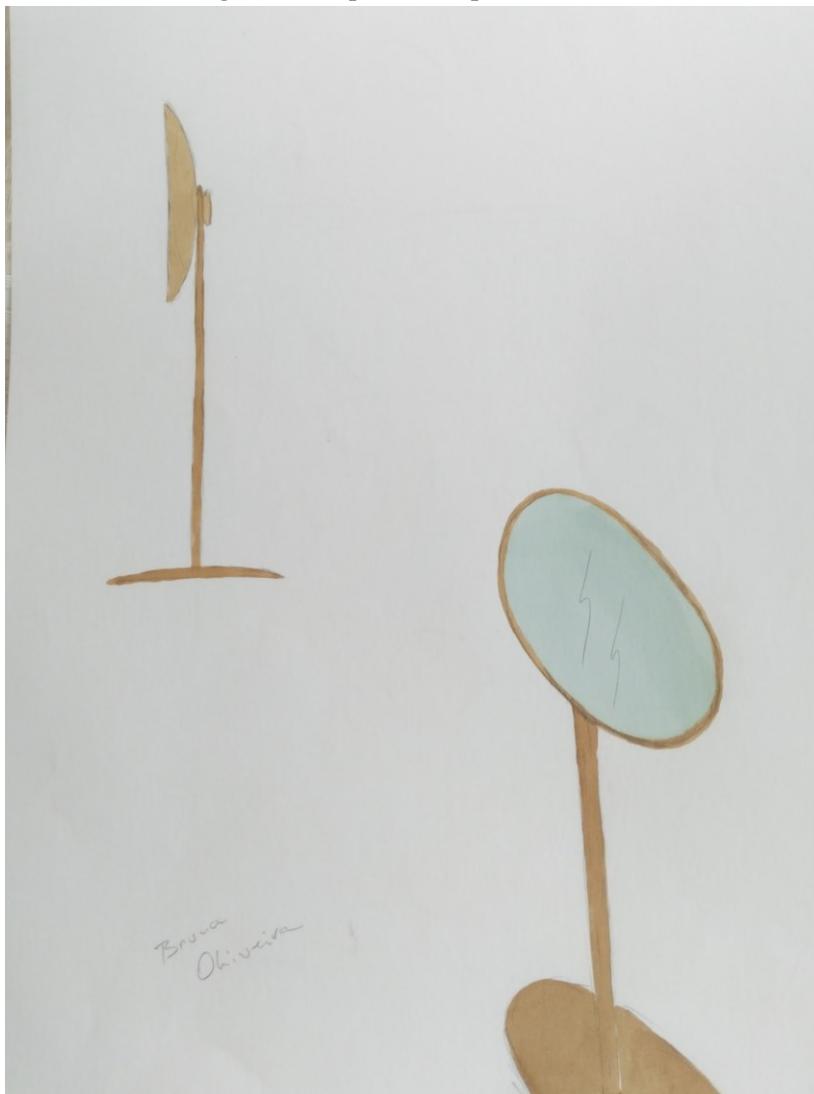
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 19: Luminária opção 4



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 20: Opção de espelho de mesa



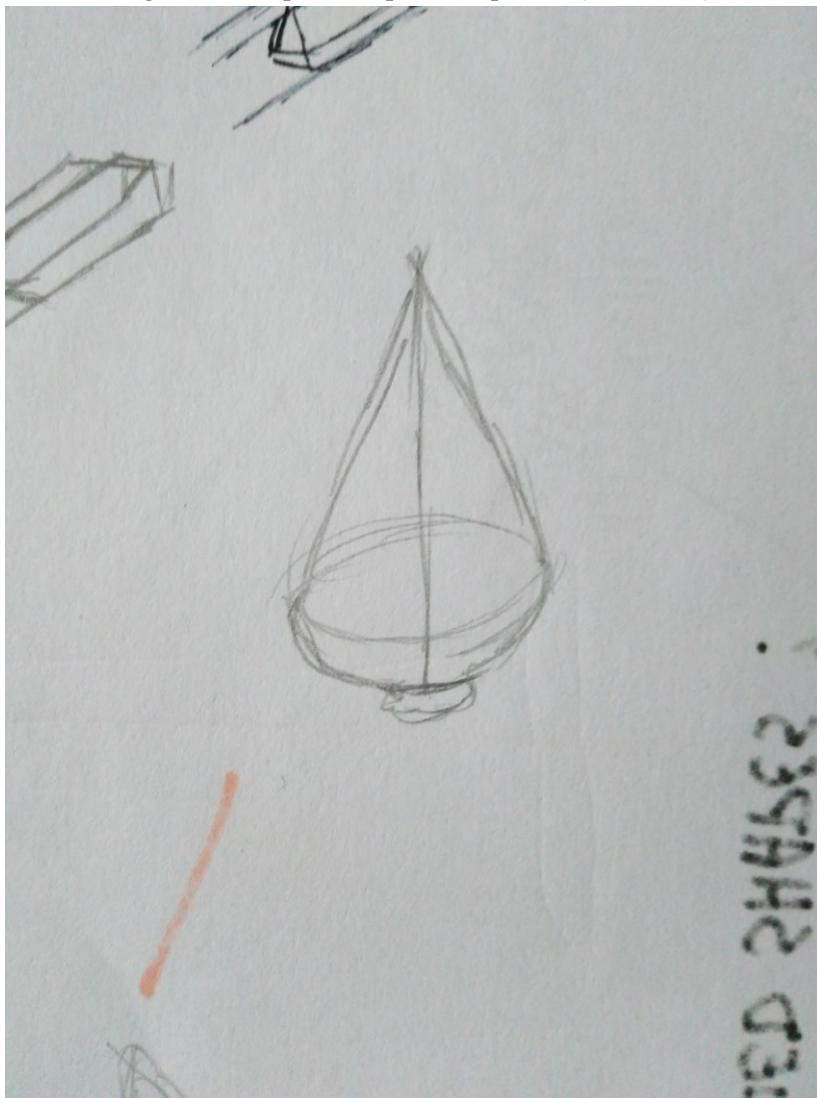
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 21: Suporte para plantas- opção 1



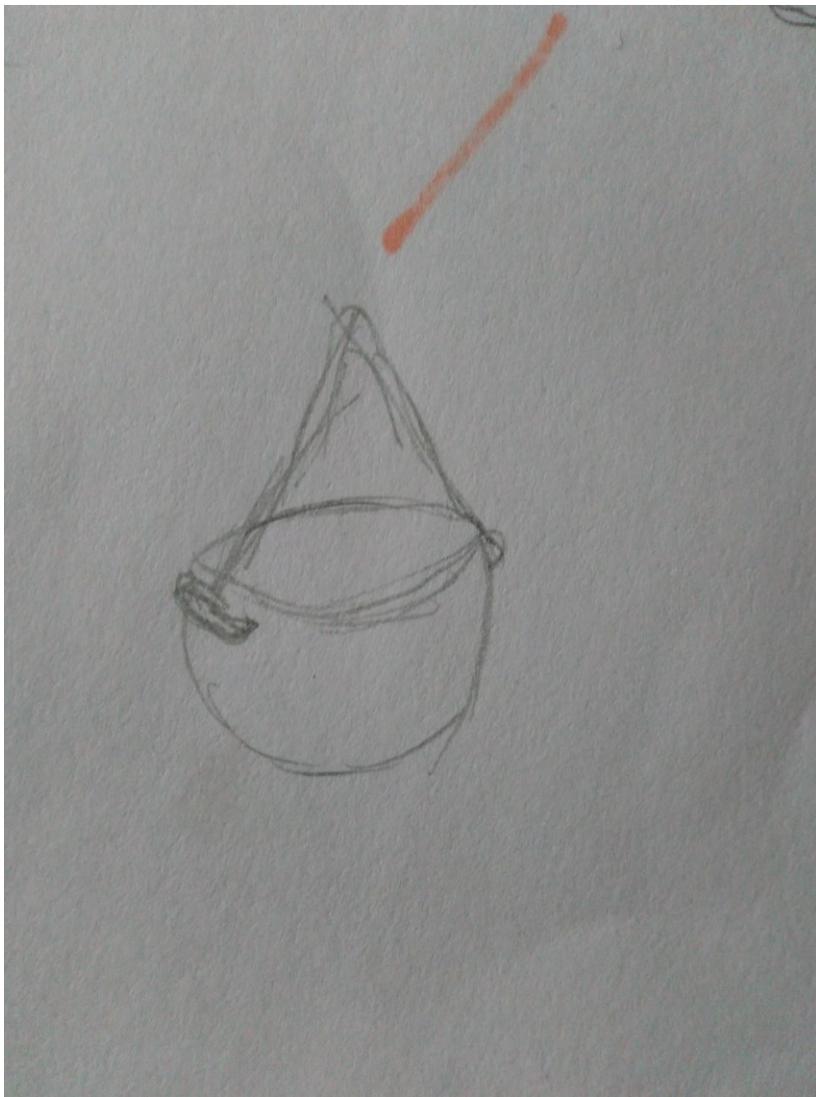
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 22: Suporte de plantas opção 2 (TOP POT)



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 23: Opção 3 de suporte de plantas



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 24: Opção 1 de banco (TOOL STOOL)



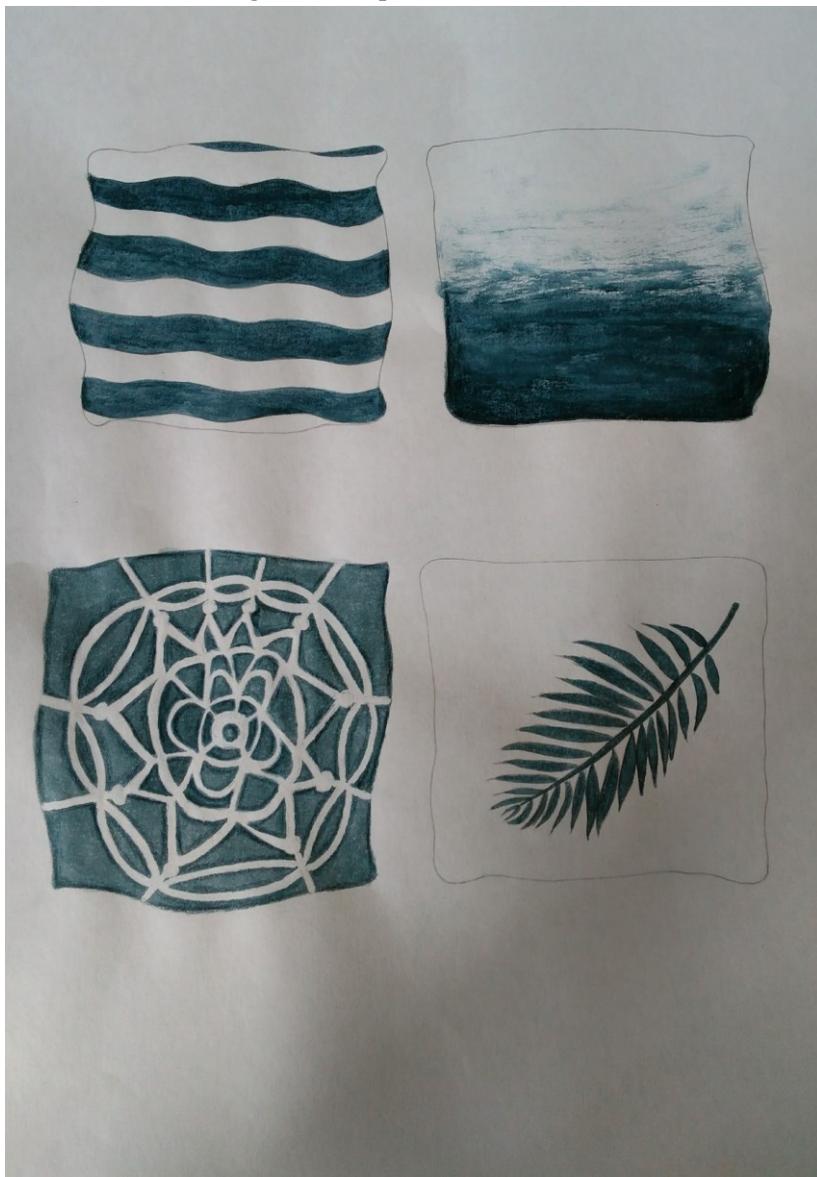
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 25: Banco opção 2



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 26: Opções de almofadas



Fonte: Elaborado pela autora

5.5 Análise de similares

A análise de similares foi realizada após a geração de alternativas, pois até o início desta etapa não se tinha definição de quais produtos seriam trabalhados, e com uma gama de objetos para casa extremamente extensa, não seria possível analisar cada um destes objetos. Assim, com os quatro tipos de produtos em mente, realizou-se a análise de similares entre os produtos criados neste projeto e os mesmos tipos disponíveis no mercado dinamarquês.

Quadro 1: Análise de similares

Designer/ Marca	Aparência	Preço	Materiais	Inspiração/ História
HAY		R\$ 783	Ferro, alumínio	Forma do tradicional cloche, domo para pratos.
FERM Living		R\$ 506,20	Aço ou latão, variando com as formas escolhidas.	Variedade, transformação. Possui várias cores e formas de montar.
Le Klint		R\$ 1838,20	Aço	Geometria minimalista, transformação

Muuto		R\$576,27	Alumínio, latão	Folhas e galhos das árvores
-------	---	-----------	--------------------	-----------------------------

Designer/ Marca	Aparência	Preço	Materiais	Inspiração/ História
HAY		R\$ 519,27	Carvalho	Formas sólidas, robustez
FERM Living		R\$ 460,55	Laminado de madeira, metal	Contempor aneidade, geometria
TRIMM Copenhage n		R\$749,15	Espuma PU, Tecido Sumbrella	Vida ao ar livre, velas de barcos
By Lassen		R\$ 368,00	Carvalho escuro	Antigos bancos usados por sapateiros

Designer/ Marca	Aparência	Preço	Materiais	Inspiração/ História
--------------------	-----------	-------	-----------	-------------------------

		R\$ 230,05	Porcelana	Origami de papel
		R\$ 91,74	Ferro	Formas delicadas a fim de atrair a atenção para a planta.
		R\$ 253,10	Barro coberto em vidro fosco	Formas definidas de quadros.
		R\$ 343,92	Tecido sumbrella, Corda, ganchos de alumínio	Barcos a vela, mar

Designer/ MARCA	Aparência	Preço	Materiais	Inspiração/ História
		R\$ 137,84	Variações de lã, linho, veludo, tricô sintético	Diferentes tecidos e texturas

		R\$ 114,89	Algodão orgânico	Geometria
By Lassen		R\$ 276,15	Linho, lã, couro	Minimalismo, linhas flúidas
TRIMM Copenhagen		R\$ 277,50	Sumbrella	Mar, Barcos a vela

5.6 Validação das ideias

O processo de validação das ideias define quais alternativas melhor enquadram-se nas necessidades definidas e ainda avalia as alternativas por originalidade, após análise de mercado e por possibilidade de produção.

5.6.1 Melhores alternativas

Para a criação do ambiente foi necessário escolher a melhor alternativa entre os quatro tipos de produtos desenvolvidos, ou seja, ao menos uma almofada, uma luminária, um banco e um suporte de plantas.

Para criar unidade entre a coleção, optou-se por utilizar um suporte de plantas e uma luminária inspirados nas painéis de barro. Entre eles, o suporte de plantas TOP POT foi escolhido por ser o que traz a característica da tampa da panela de barro, detalhe também presente na luminária. Dentre as luminárias a NANA Lamp foi optada

Foi escolhida como mais adequada a estrutura do bilro stool, porém, devido ao alto custo e tempo de produção do bilro, seria impraticável utilizar um assento com cobertura de bilro. Ainda assim era desejável trazer uma opção de assento que não só mostrasse a arte tradicional de manezinha, mas que também proporcionasse uma parceria com artesãos locais, incentivando a produção da arte local em da costa Catarinense. Desta forma decidiu-se criar uma parceria artesãos de fibra de taboa para criar um opção de almofada neste material, além de uma opção tradicional em tecido. A opção em tecido foi mantida para alcançar o público dinamarquês que prefere materiais locais e modernos, proporcionando duas opções contrastantes de material: o cultural e natural e o sintético e contemporâneo. Com a mudança de material utilizado para o estofado, o banco tomou o nome de Tool Stool.

Figura 27: Fibra de taboa



Fonte: Fotografado pela autora

Foi decidido pelo uso de duas almofadas, ainda em azul marinho, para compor a coleção, a almofada SKY em tecido liso e SEA com listras horizontais representando o contraste do mar e o céu no horizonte.

5.6.2 Modelagem

Figura 28: NANA Lamp



Fonte: Elaborado pela autora

A lâmpada NANA foi projetada considerando uma estrutura em madeira maciça e uma luminária em cerâmica branca. A estrutura inclinada seria inserida e colada na base. Esta mesma estrutura seria inserida na luminária através de um furo na mesma.

Figura 29: Tool Stool



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 30: Tool Stool em azul e taboa



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 31: Top Pot



Fonte: elaborado pela autora

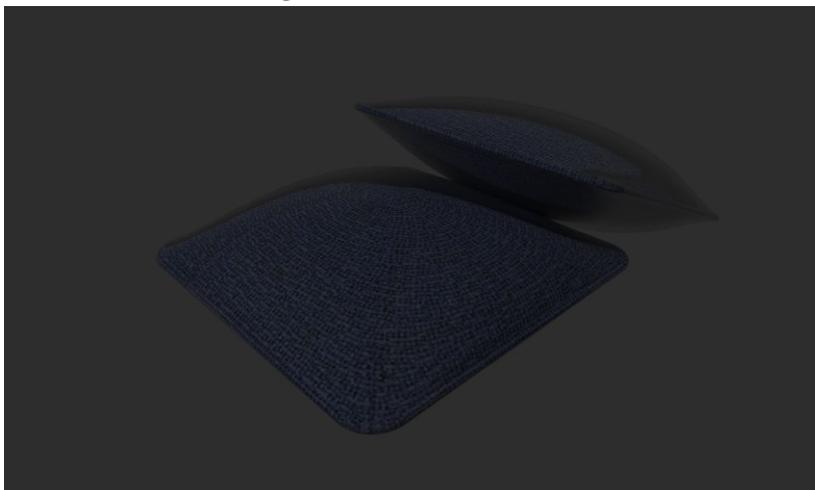
Assim como a luminária NANA, o suporte para plantas TOP POT, é feito em cerâmica branca, para afirmar ainda mais a semelhança entre os dois, dando unidade à coleção. O suporte seria feito em corda, lembrando as cordas utilizadas na pesca.

Figura 32: Top Pot vista base



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 33: Almofada SKY



Fonte: Elaborado pela autora

A almofada SKY, possuem o mesmo tecido utilizado no banco TOOL STOOL, em azul marinho, enquanto a SAND é feita em fibra de taboa trançada, material que quando seco possui um tom areia.

6.0 IMPLEMENTAR

6.1 Delimitando prototipação

A prototipação é limitada pelos materiais e equipamentos disponíveis ao designer, porém ao decidir criar um protótipo em tamanho real a construção da peça criada deve corresponder a realidade, ou seja, deve-se utilizar as medidas e modos de construção que se utilizaria na produção para venda, fazendo possível verificar a praticabilidade deste tipo de produção. No caso deste projeto alguns materiais utilizados não foram os planejados para a produção real por motivos de custo. Desta forma a estrutura de madeira, que seria feita em carvalho, pela sua resistência e aparência, foi substituída por pinho. Além disso as técnicas de construção igualmente foram limitadas pelo custo de obtenção de materiais mais apropriados, como lixadeira elétrica e serra tico-tico de bancada.

6.1.1 Materiais e métodos do protótipo

Na o quadro 2 temos a listagem dos materiais, equipamentos e métodos utilizados para a construção do protótipo.

Quadro 2: Materiais e métodos do protótipo

Parte da peça	Material	Equipamento
Assento	Laminado de pinho, 2cm de espessura, cavilhas.	Lixa, Furadeira. (As peças já foram adquiridas no tamanho desejado)
Tubos da base	Tubos de pinho e 15 e 22 mm de diâmetro.	Lixa, serra manual, furadeira.
Almofada de tecido	Tecido sintético	Máquina de costura,

	com duas cores de linha. Espuma de 2cm de espessura	tesoura, estilete.
Almofada de taboa	Esteira de taboa dobrada de 2 cm de espessura	Adquirida da fabricante/artesã

6.2 Protótipo

O protótipo do produto foi feito em duas escalas, 1:1 e 1:10. Na primeira prototipagem foi avaliado as formas de montagem planejadas para o produto em tamanho real. A prototipagem reduzida foi feita em papel cartão. Foi utilizada a técnica de empilhagem para obter a espessura desejada para a peça, e para a construção dos tubos da base do banco foram construídos paralelepípedos por empilhagem e então lixados até obter-se tubos. O estofado foi feito em linho tingido para manter-se a escala da textura do tecido do banco.

Figura 34: Protótipo reduzido



Fonte: Elaborado/ Fotografado pela autora

Figura 35: Protótipo em escala real



Fonte: Elaborado/ Fotografado pela autora

A segunda prototipagem, foi feita em tamanho real, e é considerado um protótipo pois, devido ao custo de produção em carvalho, foi optado por construir em pinho. Além disso a fim de apresentar o produto final, foi necessário transportá-lo desmontado, da Dinamarca ao Brasil, enquanto o produto originalmente seria vendido com peça única, já montado.

Figura 36: Protótipo do banco sem tecido



Fonte: Elaborado/ Fotografado pela autora

As partes do acento do banco em laminado de madeira foram compradas já previamente cortadas nas dimensões desejadas, sendo duas partes de 10 cm x 35 cm e uma parte de 50 cm x 35 cm.

Figura 37: Tecido utilizado

Fonte: Fotografado pela autora

O tecido escolhido para o estofado possui os devidos certificados de material anti fogo, necessários para a venda de mobiliário para espaços públicos, como hotéis e shoppings.

Figura 38: Vazamento no assento



Fonte: Elaborado/ Fotografado pela autora

Figura 39: Encaixe dos tubos da base no assento



Fonte: Elaborado/ Fotografado pela autora

Para o encaixe dos tubos da base, foram criados vazamentos na peça laminada de 22mm de diâmetro, mesma medida do tubo a ser

inserido no vazamento, e 8 mm de profundidade, para garantir um encaixe perpendicular e uma boa área para colagem.

Figura 40: Encaixe dos tubos horizontais com os verticais



Fonte: Elaborado/ Fotografado pela autora

A mesma técnica de vazamento foi utilizada nos tubos horizontais, porém neste caso, devido à área disponível para o vazamento, o diâmetro do mesmo foi menor do que o diâmetro do tubo, fazendo necessário diminuir o diâmetro do tubo em 10 mm nos extremos 5 mm de comprimento.

Figura 41: Detalhe da base e laterais do assento



Fonte: Elaborado/ Fotografado pela autora

Figura 42: Encaixe das laterais do banco

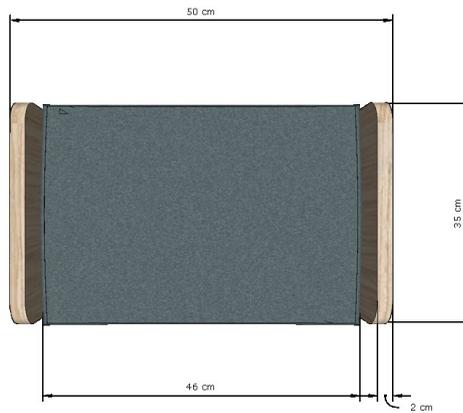


Fonte: Elaborado/ Fotografado pela autora

Para as peças laminadas laterais foram conectadas por meio de cavilhas de madeira. Foram realizadas perfurações de 5 mm em três pontos das laterais e outras três perfurações de 30 mm no assento.

6.3 Desenho técnico

Figura 43: Visão de topo do desenho técnico



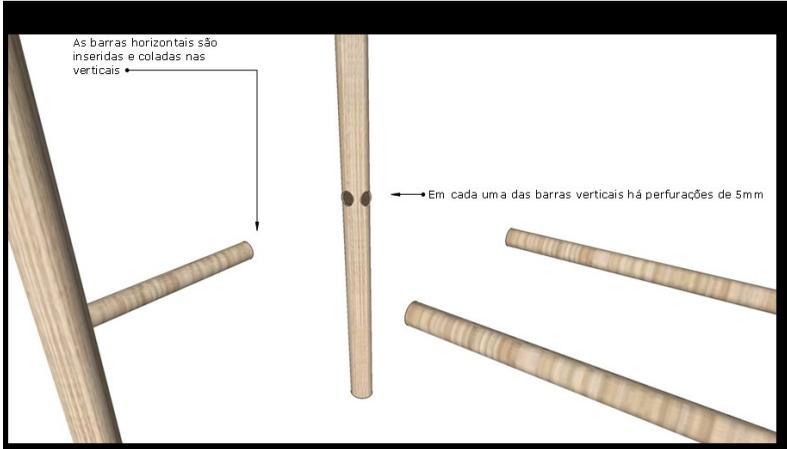
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 44: Visão frontal do banco



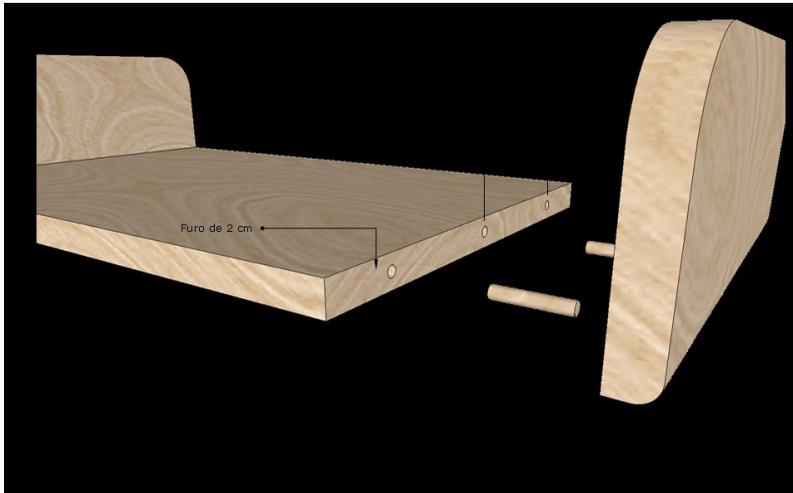
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 45: Detalhes do encaixe dos tubos



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 46: Medidas do encaixe lateral



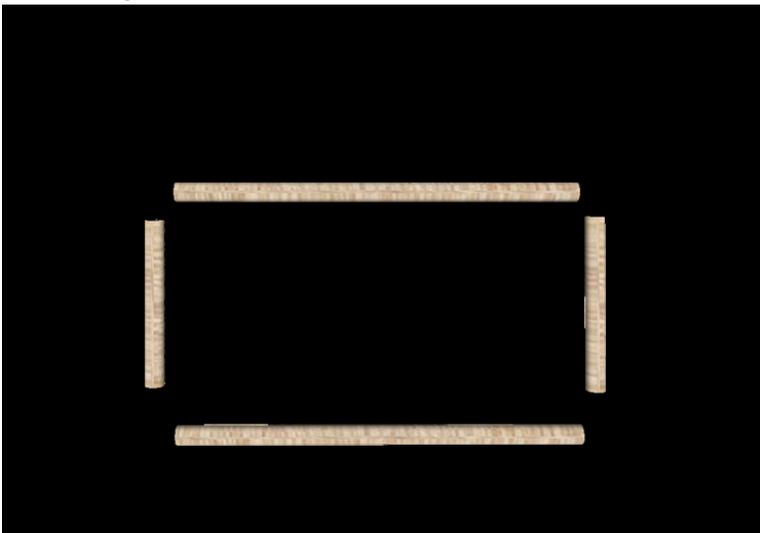
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 47: Detalhes do encaixe lateral



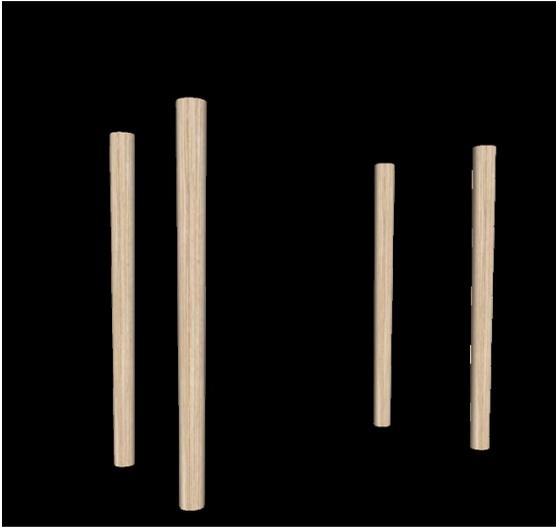
Fonte: Elaborado pela autora

Figura 48: Medidas do tubos de base horizontais



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 49: Medidas dos tubos de base verticais



Fonte: Elaborado pela autora

6.4 Identificando capacidades de implementação

6.4.1 Equipamentos e materiais para a produção real

Para a produção do protótipo do banco foram utilizados equipamentos disponíveis para este projeto, como furadeira e lixas, além de contar com a facilidade de obter as peças de madeira já previamente cortadas nas medidas desejadas. Porém para a produção real do banco requereria equipamentos que facilitassem a produção em maior escala do produto, bem como fornecedores de material em grande escala.

Desta forma podemos identificar os seguintes materiais necessários:

Quadro 3: Materiais e equipamentos para produção real

Materiais	Equipamentos
-----------	--------------

Placa de laminado de carvalho de 2 cm Tubos de carvalho de 22 e 16 mm de diâmetro Tecido azul marinho com especificações anti fogo	Lixadeira automatizada Serra de corte Furadeira Máquina de costura Furadeira de mesa
--	--

6.4.2 Parceiros chave

Os parceiros chave são todos aqueles que trabalham em conjunto com o designer para produzir um produto. Ainda que o designer atue como produtor e construa suas próprias peças ele ainda depende de fornecedores de materiais e serviços que tornem possível seu projeto. Foi visto que para a produção desta coleção é necessário uma série de recursos materiais que devem ser adquiridos em grandes quantidades, a fim de diminuir custos de produção. Além disso

6.5 Apresentação do produto em contexto

Figura 50: Produtos em sala 1



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 51: Produtos em sala 2



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 52: Detalhe banco e luminária



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 53: Detalhe da luminária



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 54: Todos os produtos em display



Fonte: elaborado pela autora

7.0 CONCLUSÃO

Foi possível observar neste projeto os desafios encontrados ao se inserir num mercado já bem estabelecido. Fazer-se destacar como designer autoral requer uma série de técnicas e práticas bem estudadas. Além de um bom conhecimento de produção, de design, do público alvo, ainda é necessário um estudo de marketing e de desenvolvimento de marca. É possível observar neste projeto, uma coleção preparada teoricamente para o mercado, porém que terá de enfrentar desafios de venda que não podem ser experienciados apenas na teoria, como preços de produção, dificuldades de envio de mercadorias, entre outros.

É possível visualizar que coleção criada conseguiu evidenciar pontos culturais do designer sem ultrapassar as características necessárias para a venda para o público dinamarquês, trazendo um equilíbrio necessário para se destacar no mercado dinamarquês.

Também foi possível compreender a importância do conhecimento de produção para o designer. Na etapa de protótipo é possível encontrar problemas até então não percebidos, além de compreender melhor o comportamento dos materiais utilizados. Além disso o entendimento das etapas de produção são extremamente importantes ao se depender de uma fábrica para a produção em maior escala, pois conhecer o processo ajuda a evitar cobranças indevidas pela produção

O projeto realizado foi de extrema importância para o futuro profissional da designer, que adquiriu uma gama de conhecimentos necessários para se inserir no mercado de trabalho no país em que vive..

REFERÊNCIAS

ALVES, Maria Bernardete Martins; ARRUDA, Susana Margareth. **Como fazer referências:** bibliográficas, eletrônicas e demais formas de documento. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, Biblioteca Universitária, c2001. Disponível em: <<http://www.bu.ufsc.br/design/framerefer.php>>. Acesso em: 15/06/2016

ANTICAST DESIGN. Podcast #22: Design autoral x mercado. Disponível em: <<http://podflix.com.br/anticastdesign/anticast-22-design-autoral-x-mercado>> Acesso em 02/06/2016.

ARTHUR, Judith Carmel. Phillippe Starck. São Paulo: Cosac Naify, 2000.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520:** informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724:** informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2011.

BERNSEN, Jens. Design: Defina primeiro o problema. Florianópolis: SENAI/ LBDI, 1995.

CLARK, Tim. Business Model YOU: O método de uma página para reinventar sua carreira. Rio de Janeiro: Alta Books, 2013.

DYBDHAL, Lars. Design dinamarquês: Mestres e ícones. São Paulo: Instituto Tomie Ohtake, 2014.

FIELL, Cherlotte e Peter. Diseño escandinavo. Madrid: Taschen, 2005.

HOUSTRUP, Irene. The Danish sense of “Design better”. Denmark: Entrepreneurship Platform Copenhagen Business School, 2000. Disponível em: <http://www.cbs.dk/files/cbs.dk/enter1_the-danish-sense-of-design-better.pdf> Acesso em 15/04/2016.

HUDSON, Jennifer. Process: 50 product designs from concept to manufacture. Great Britain: Laurence King Publishing, 2011.

MCFADDEN, David. Scandinavian modern design 1880-1980. New York: Harry N. Abrams, 1982.

MOURA, Adriana N. Dornas. A INFLUÊNCIA DA CULTURA, DA ARTE E DO ARTESANATO BRASILEIROS NO DESIGN NACIONAL CONTEMPORÂNEO: UM ESTUDO DA OBRA DOS IRMÃOS CAMPANA. Dissertação (Mestrado). Universidade do Estado de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2011. Disponível em: <<http://www.ppgd.uemg.br/wp-content/uploads/2012/08/Adriana-Nely-Dornas-Moura.pdf>> Acesso em: 16/05/2016.

MUNTER, Marie L. Why danish design is so successful. Danish™, 2014. <Disponível em: <http://danish.tm/article/why-is-danish-design-so-successful/>> Acesso em 12/09/2016.

NAMIOKA, Aki; SCHULER, Douglas. Participatory design: Principles and practices. New Jersey: Lawrence Earlbaum, 1993.

Disponível em:

<https://books.google.dk/books?hl=en&lr=&id=pW0Ek6Sk4YkC&oi=fnd&pg=PA41&dq=study+of+scandinavian+design&ots=pYEprlo9Me&sig=UyowCIGnUoKp69oqsGhY6IlluvXM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false> Acesso em 10/04/2016.

SCHNEIDER, Beat. Design- Uma introdução: O design no contexto social, cultural e econômico. São Paulo: Editora Blücher, 2010.

SOUSA, Richard L. P. Texto didático- Semiótica. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Design.

Disponível em:<

https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/897903/mod_resource/content/1/APOSTILA%20DO%20CURSO.pdf> Acesso em 17/06/2016

SOUSA, Richard L. P. Texto didático- Teoria da Forma. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Design. Disponível em:<

https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/897951/mod_resource/content/1/APOSTORIAFORMA1.pdf> Acesso em 17/06/2016

WATANABE, Ken. Curso básico para resolver problemas e tomar boas decisões. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

THOMPSON, Rob. The manufacturing guides: Prototyping and low volume production. United Kingdom: Thames and Hudson, 2011.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Biblioteca Universitaria. **Trabalho acadêmico :acadêmico**: guia fácil para diagramação :diagramação: formato A5. Florianópolis, 2009. Disponível em: < <http://www.bu.ufsc.br/design/GuiaRapido2012.pdf>. Acesso em: 12/06/2016.

VISUAL+MENTE. Podcast #15: Diálogos sobre design autoral. Disponível em: <<http://www.stitcher.com/podcast/anticast/visualmente/e/15-dilogos-sobre-design-autoral-42160142>> Acesso em: 15/05/2016.

WHEELER, Alina. Design de identidade da marca. Porto Alegre: Bookman, 2012.

WIKING, Meik. The little book of hygge: The danish way to live well. United Kingdom: Penguin Books Limited, 2016.

ANEXO A – Entrevista à designer Pil Bredahl

Esta entrevista foi realizada via email em Inglês, e traduzida para a apresentação neste PCC.

Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de comunicação e expressão, Design

Entrevista sobre o design dinamarquês

Copenhague, 03 de Março de 2016

Bom dia, eu sou uma estudante brasileira da Universidade Federal de Santa Catarina e no meu trabalho de conclusão de curso vou desenvolver um produto com as características do design dinamarquês. Meu objetivo é entender o que é o design dinamarquês e como as marcas conseguem inovar sempre em uma área tão cheia de grandes criações.

Por esta razão estou lhe perguntando algumas questões simples, mas que vão me ajudar a entender minhas dúvidas.

Desde já, obrigada pelo seu tempo.

1. O que caracteriza o design escandinavo?

Pil Bredahl- A função é importante. Design para resolver um problema.

2. E como o design dinamarquês se destaca?

Pil Bredahl- O conhecimento dos materiais é importante para os designers dinamarqueses e a lógica no uso dos materiais é importante.

3. Quais são as fontes de inspiração na criação dos produtos dinamarqueses?

Pil Bredahl- Que problema poderia ter uma melhor solução? Que solução poderia ser esteticamente melhor? Como o design pode fazer a diferença?

4. Quais os materiais mais utilizados na produção dos produtos da sua marca?

Pil Bredahl- Madeira, Aço, Vidro. Materiais naturais estão em foco no design dinamarquês.

5. Quais as qualidades destes materiais que os faz da sua escolha?

Pil Bredahl- Materiais naturais tem integridade.

6. Em um ambiente com tantas marcas e tantos produtos sendo desenvolvidos com base nos mesmos princípios, como criar produtos que se destaquem? Como criar um produto que mantenha as características do design dinamarquês mas que ainda traga originalidade?

Pil Bredahl- Se já existe, então ache alguma outra coisa para fazer...Mas eu realmente acredito que muitos produtos do design dinamarquês parecem iguais atualmente.

ANEXO B- Entrevista aos coordenadores da loja AREASTORE

Esta entrevista foi realizada via email em Inglês, e traduzida para a apresentação neste PCC.

Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de comunicação e expressão, Design

Entrevista sobre o design dinamarquês

Copenhagen, 23 de Agosto de 2016

Bom dia, eu sou uma estudante brasileira da Universidade Federal de Santa Catarina e no meu trabalho de conclusão de curso vou desenvolver um produto com as características do design dinamarquês. Meu objetivo é entender o que o público dinamarquês realmente deseja nos produtos de mobiliário e para a casa. Por esta razão tenho algumas questões que vão me ajudar a guiar meu trabalho.

Desde já, obrigada pelo seu tempo.

1. Como vocês selecionam as marcas a vender na sua loja?

AREASTORE- Com intuição.

2. O que o público procura nos produtos?

AREASTORE- Eles gostam de tudo simples.

3. Quais, você acredita, serem os aspectos do design Dinamarquês que mais interessa os dinamarqueses?

AREASTORE- Funcionalidade e simplicidade.

4. Quais são os produtos para casa mais vendidos em sua loja?

AREASTORE- Luminárias. Porque é bastante escuro aqui durante o inverno.