

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**  
**FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN – FAUED**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO – PPGAU**  
**UFU**

Yasmin Carolini Thomeo

**PROSUMER:** A participação do usuário na construção e montagem do mobiliário e o conceito *do it yourself* no período contemporâneo.

**UBERLÂNDIA**  
**2020**

**Yasmin Carolini Thomeo**

**PROSUMER:** A participação do usuário na construção e montagem do mobiliário e o conceito *do it yourself* no período contemporâneo.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo (PPGAU) da Universidade Federal de Uberlândia.

**Linha de Pesquisa:** Linha de pesquisa 2 intitulada: Produção do espaço: processos urbanos projeto e tecnologia.

**Matricula:** 11822ARQ027

**Orientador:** Prof. Dr. Juliano A. Pereira

**UBERLÂNDIA – MG**

**2020**

Ficha Catalográfica Online do Sistema de Bibliotecas da UFU  
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

T465 2020	<p>Thoméo, Yasmin Carolini, 1993-</p> <p>Prosumer [recurso eletrônico] : a participação do usuário na construção e montagem do mobiliário e o conceito do it yourself no período contemporâneo / Yasmin Carolini Thoméo. - 2020.</p> <p>Orientadora: Juliano Aparecido Pereira. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia, Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo. Modo de acesso: Internet. Disponível em: <a href="http://doi.org/10.14393/ufu.di.2020.821">http://doi.org/10.14393/ufu.di.2020.821</a> Inclui bibliografia. Inclui ilustrações.</p> <p>1. Arquitetura. I. Pereira, Juliano Aparecido, 1975-, (Orient.). II. Universidade Federal de Uberlândia. Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo. III. Título.</p> <p>CDU: 72</p>
--------------	--

Bibliotecários responsáveis pela estrutura de acordo com o AACR2:

Gizele Cristine Nunes do Couto - CRB6/2091



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**  
Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo  
Av. João Naves de Ávila, 2121, Bloco 11, Sala 234 - Bairro Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902  
Telefone: (34) 3239-4433 - www.ppgau.faued.ufu.br - coord.ppgau@faued.ufu.br

**ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em:	Arquitetura e Urbanismo				
Defesa de:	Dissertação de Mestrado Acadêmico PPGAU				
Data:	vinte e cinco de novembro de 2020	Hora de início:	9:00	Hora de encerramento:	11:18
Matrícula do Discente:	11822ARQ027				
Nome do Discente:	Yasmin Carolini Thomeo				
Título do Trabalho:	<b>PROSUMER: A participação do usuário na construção e montagem do mobiliário e o conceito do it yourself no período contemporâneo.</b>				
Área de concentração:	Projeto, Espaço e Cultura				
Linha de pesquisa:	Produção do espaço: processos urbanos, projeto e tecnologia.				
Projeto de Pesquisa de vinculação:	A contribuição do Design para o fortalecimento da Produção Artesanal em Uberlândia (MG): diagnóstico do setor e proposta de melhorias nos processos de criação, produção e distribuição de artefatos.				

Reuniu-se em web conferência pela plataforma Mconf-RNP, em conformidade com a PORTARIA nº 36, de 19 de março de 2020 da COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR - CAPES, pela Universidade Federal de Uberlândia, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo, assim composta: Professores Doutores: Rita Almeida Filipe - Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa – Design de Produto; Viviane dos Guimarães Alvim Nunes – PPGAU.FAUeD.UFU e Juliano Aparecido Pereira(Orientador(a)) – PPGAU.FAUeD.UFU orientador(a) do(a) candidato(a).

Iniciando os trabalhos o(a) presidente da mesa, Dr(a). Juliano Aparecido Pereira, apresentou a Comissão Examinadora e o candidato(a), agradeceu a presença do público, e concedeu ao Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação da Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo.

A seguir o senhor(a) presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos(às) examinadores(as), que passaram a arguir o(a) candidato(a). Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando o(a) candidato(a):

Aprovado(a).

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presente ata que após lida e achada conforme foi assinada pela Banca Examinadora.

Processo:

23117.070012/2020-41

Documento:

2408249



Documento assinado eletronicamente por **Juliano Aparecido Pereira, Professor(a) do Magistério Superior**, em 25/11/2020, às 11:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Rita Almeida Filipe, Usuário Externo**, em 25/11/2020, às 11:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Yasmin Carolini Thomeo, Usuário Externo**, em 25/11/2020, às 12:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Viviane dos Guimarães Alvim Nunes, Professor(a) do Magistério Superior**, em 15/12/2020, às 17:16, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

[https://www.sei.ufu.br/sei/controlador\\_externo.php?](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

[acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **2408249** e o código CRC **A80E2147**.

Dedico este trabalho ao meu amigo Lucas Morselli (*in memoriam*), por me mostrar que em meio a tantas adversidades, desistir é a última opção.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, agradeço à Deus pelos dons conferidos a mim, pela sabedoria e livre arbítrio em escolher por onde seguir, mas principalmente por me educar no caminho do amor. À toda a minha família que não mede esforços para estar ao meu lado, me apoiando e contribuindo para meus sonhos estejam sempre ao meu alcance, me rodeando de atenção e amor. Devo minha vida a eles.

Aos meus amigos antigos e aos novos colegas da pós-graduação pela companhia e pelas boas risadas durante este período conturbado que estamos vivendo.

Agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Juliano Pereira, por dividir comigo o amor pela história do mobiliário nacional e por trilharmos lado a lado durante essa pós-graduação. Obrigada por cada sinal de preocupação e cuidado comigo.

A Profa. Dra. Viviane dos Guimarães Alvin Nunes por me introduzir ao meio acadêmico e estar comigo desde a minha primeira iniciação científica. Muito sobre eu estar aqui hoje, não seria possível sem você, sua atenção e dedicação.

Agradeço a Profa. Dra. Rita Almeida Filipe por ter aceitado o nosso convite e poder contribuir com este trabalho de maneira ímpar.

E por fim, agradeço ao Bento, meu filho de quatro patas, por ser minha companhia diária.

## RESUMO

O presente trabalho é um olhar sobre o papel que o designer exerce na sociedade, analisando o modo de criar e desenvolver projetos que possam ser distribuídos abertamente e, dessa forma, fabricados pelos próprios usuários. Esta maneira de concepção minimiza o papel do produtor intermediário e atribui esta função ao próprio consumidor final, surgindo, a partir desta combinação, a figura híbrida do *prossumidor (prosumer)*. O objetivo principal desta pesquisa é analisar alguns métodos de projeto em design e, avaliar em qual momento pontuamos a participação do usuário na produção de artefatos, a partir do conceito *Do it Yourself (DIY)*. O trabalho foi dividido em quatro partes, sendo a primeira referente ao levantamento bibliográfico com caráter introdutório sobre as primeiras experiências do artífice ao ensino de design e as escolas europeias pioneiras, a segunda parte menciona alguns estudos relacionados às metodologias de projeto em design, a terceira parte se fundamenta na análise dos três momentos, sendo eles projeto, produção e consumo, avaliando o papel do usuário em cada situação a partir dos estudos de caso, e a quarta parte se baseia na produção e montagem de um mobiliário pensado e projetado através do conceito *do it yourself* para a realidade da pandemia do vírus COVID-19.

Palavras-chave: *prosumer*, participação do usuário, mobiliário *do it yourself*, metodologias de design



## **ABSTRACT**

This dissertation is a glance at the designer's role in society, it analyzes a mode to create and develop projects that can be openly distributed, and so manufactured by its own users. This way of conception reduces the role of intermediate producer and attributes the role to its own final customer, arising from this combination, the hybrid figure of the *prosumer*. The primordial objective of this research is analyse the methods in design projects, and evaluate in which moment we notice the users engagement in the artifact production, it all from the concept of do it yourself (DIY). This dissertation will be divided in four, the first refers to the bibliographical research about the insertion of design teaching and the european schools, the second is based on researches related to the project management methodology, the third one is grounded in the three moments analyses, they are the project, the production and consumption, analysing the users role in each case, the fourth one is based about the creation of a furniture, though and designed by the concept of do-it-yourself to the new reality - the one of the COVID-19 pandemic.

Keywords: prosumer, user participation, do it yourself furniture, design methodologies.

## SUMÁRIO

1. Introdução .....	12
1.1. Problema da Pesquisa.....	13
1.2. Objetivos .....	13
1.2.1. Objetivo Geral .....	13
1.2.2. Objetivos Específicos .....	14
1.3. Característica da pesquisa .....	14
1.4. Método .....	15
2. O Artífice, a máquina, o consumo e as escolas pioneiras em design europeias.....	15
3. Apresentação de algumas metodologias de projeto em design e a presença do usuário em cada uma delas .....	23
a. Morris Asimow – 1962 .....	24
b. John Cris Jones – 1970 .....	25
c. Bernrd Lobach – 1976 .....	27
d. Bruno Munari – 1981 .....	29
e. Tim Brown – 2009 .....	32
3.1. Projetar para o usuário x projetar com o usuário .....	35
4. A participação dos usuários nas etapas de projeto, produção o e consumo no período contemporâneo .....	38
4.1. Consumo: Experiência do usuário .....	39
4.1.1. Do marketing tradicional ao marketing de experiência .....	39
4.1.2. Estudo de caso: Ikea .....	40
4.2. Produção: Produtor + Consumidor = Prossumidor ( <i>Producer + Consumer = Prosumer</i> ) .....	44
4.2.1. A figura do <i>Prosumer</i> aliada ao movimento <i>Do It Yourself</i> .....	44
4.2.2. Estudo de caso: O trabalho do designer Victor Papanek e o livro “ <i>Nomadic Furniture</i> ” dos autores Papanek, Hennessey (1973).....	47
4.3. Projeto: Designer e a coparticipação do usuário.....	53
4.3.1. Designer Especialista x Designer Difuso .....	53

4.3.2. Estudo de caso: Unilabor - A atuação do designer Geraldo de Barros e a coparticipação do operariado.....	55
4.4. A participação do usuário no consumo x produção x projeto. ....	59
5. Produção e montagem dos mobiliários em períodos de crise .....	62
5.1. A criação de um mobiliário em meio a pandemia do vírus <i>COVID-19</i> , utilizando o conceito <i>Do it Yourself</i> .....	62
5.2. Metodologia definida para a criação do mobiliário: <i>Design Thinking</i> , BROWN (2010).....	63
5.3. Processo de produção e montagem da Sapateira Recreio fundamentada no <i>DIY</i> ....	64
6. Considerações finais .....	73
7. Referências Bibliográficas .....	75
8. Glossário.....	78

## 1. Introdução

O presente estudo consiste em uma pesquisa de mestrado que se propõe, a partir da compreensão dos conceitos e princípios teóricos, entender o papel que o usuário exerce dentro da produção do mobiliário a partir do projeto do designer. Especificamente, busca entender de que forma o profissional em design inseriu o conceito *do it yourself* em seus projetos para alcançar o humanismo projetual, possibilitando a participação do usuário na concepção do mobiliário, através da distribuição aberta dos conteúdos e desenhos.

O estudo intitulado *PROSUMER: A participação do usuário na construção e montagem do mobiliário e o conceito do it yourself no período contemporâneo* utilizou o método de pesquisa histórico e de estudo de caso para o desenvolvimento do trabalho, explorando os aspectos presentes nas metodologias de projeto em design, em busca de esclarecimentos sobre a participação do usuário nas três etapas de concepção e uso do produto, sendo elas: consumo, produção e projeto.

A partir do embasamento teórico sobre a história do design, concorda-se que durante o período moderno, o profissional em design desponta com o objetivo de contribuir para a resolução dos problemas sociais, tirando partido das novas formas de produção de bens de consumo, proporcionadas pelas revoluções industriais. Neste contexto, projetistas buscavam, através do design, melhorar a qualidade dos artefatos e tornar mais democráticos os processos de acesso a esses bens materiais, atribuindo ao usuário somente a função de comprador.

No design contemporâneo existe o acesso distribuído de projetos de mobiliários através de livros, manuais ou plataformas digitais, que disponibilizam detalhes para a produção, que resultam na conexão com o “humanismo projetual”, termo definido por Bonsiepe referente ao ato do profissional em design utilizar das suas próprias capacidades para interpretar as necessidades sociais e elaborar propostas viáveis e emancipatórias para a sociedade (BONSIEPE, 2011). Essa autonomia possibilita a participação da comunidade na construção e montagem dos próprios produtos, com isso o papel do usuário coloca de lado somente a função de comprador e torna-se também indispensável na etapa de fabricação.

No início do ano de 2020 a pandemia do vírus COVID-19 alterou a forma como as pessoas vivem, se relacionam, moram e trabalham. Devido ao home-office, educação a

distância e o isolamento social, a casa se tornou o local onde a família passa a maior parte do tempo, e com isso as adaptações no ambiente tornaram-se constantes.

Nesse sentido é notória a presença de soluções de mobiliário nas residências desenvolvidos a partir do conceito *do it yourself*, onde através do acesso às plataformas online ou até mesmo durante os programas em emissoras de televisão, os usuários passaram a construir, montar e personalizar seus próprios móveis, amparados por projetos que ensinam através de um passo-a-passo.

Sendo assim, a pesquisa se orienta no sentido de entender, por meio de pontuais contribuições históricas, a trajetória da produção artesanal à manufaturada, a importância da inserção do profissional em design nas indústrias e o caminho que o usuário percorreu para que se fizesse presente o conceito *do it yourself* no período contemporâneo.

Com isso busco poder contribuir com um estudo sobre a presença e a participação do usuário nas etapas de projeto, produção e consumo, incentivando práticas e metodologias de ensino que auxiliem no desenvolvimento de ideias que possam ser materializadas em novos produtos através das mãos do próprio consumidor, isto é, onde a construção e a montagem sejam feitas pelo próprio usuário.

### **1.1. Problema da pesquisa**

A pesquisa se fundamenta na análise e compreensão de como a participação do usuário no processo de design evolui historicamente e se faz na contemporaneidade, atribuindo o conceito *do it yourself* à produção e montagem dos mobiliários.

### **1.2. Objetivos**

#### **1.2.1 Objetivo geral**

Desenvolver um mobiliário fundamentado do conceito *do it yourself*, a partir da análise sobre a evolução da participação do usuário nos processos de design, considerando as etapas de projeto, produção e consumo, a partir de um contexto histórico enfatizando o período contemporâneo. Dessa forma busco contribuir, a partir de um ponto de vista teórico, para construção de diálogos que inspirem profissionais a desenvolverem projetos futuros buscando a inclusão do consumidor final como um *prosumer*, fornecendo meios para que o mesmo possa construir e montar seu próprio mobiliário.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- I. Entender a transição entre a produção artesanal e a produção fabril, compreendendo a gênese da inserção do designer na produção de mobiliário na era pós Revolução Industrial e como o usuário era entendido dentro deste processo.
- II. Compreender a evolução de algumas das principais metodologias de projeto em design ao decorrer das décadas, e analisar como o usuário era considerado dentro de cada uma destas metodologias.
- III. Esclarecer em qual momento e de que modo o usuário é inserido como parte intrínseca, não apenas no consumo final, mas também na construção e montagem do próprio mobiliário.
- IV. Elaborar um projeto de um mobiliário fundamentado na nova realidade de isolamento social, devido a pandemia do vírus COVID 19, que forneça proteção e segurança para o usuário e que possa ser construído e montado pelo próprio consumidor.

### 1.3 Característica da pesquisa

A característica da pesquisa é a coleta de informações sobre como a participação do usuário foi contemplada no decorrer da história, inserida no contexto de projeto (criação) de produtos, no consumo e principalmente na produção dos artefatos, salientando a presença do consumidor final nas etapas de construção e a montagem do próprio mobiliário.

Quando se evidencia a participação do usuário nesta etapa de construção e montagem, desponta a figura do *Prosumer* que, como o próprio nome já indica (*producer + consumer*), o usuário faz parte intrinsecamente da produção do mobiliário.

Esta participação só se torna viável devido aos projetos desenvolvidos especialmente para que possam ser produzidos pelo consumidor final, com instruções sobre materiais a serem comprados, passo-a-passo da construção e plano de montagem.

Sendo assim, com a coleta de dados sobre a participação do usuário nas três etapas de concepção de um mobiliário, em especial a segunda etapa vinculada a produção e a inserção da figura do *prosumer*, o trabalho propõe um mobiliário fundamentado no *DIY*, com conceito introduzido nas questões do isolamento social, devido a pandemia do vírus COVID 19.

Neste contexto, a pesquisa busca incentivar os designers e demais profissionais da área, a investirem em futuros projetos que alcancem a sociedade com embasamento no *do it yourself*.

#### **1.4 Método**

A primeira parte da pesquisa é orientada por metodologia qualitativa, baseada no método de pesquisa histórica, buscando resgatar modos de produção e metodologias no ensino do design. E para a segunda parte, inserimos o método de estudos de caso (SANTOS, 2018).

O estudo será estruturado em quatro etapas:

- I. Configurando momentos de análise de contexto histórico sobre a transição entre a produção artesanal e a industrial, seguindo para a inserção do design na produção fabril (SENNET, 2009; NIEMEYER, 1998; CARDOSO, 2008)
- II. Surgimento das escolas de design europeias e as metodologias de projeto (CARDOSO, 2008; TEIXEIRA, 1996; NIEMEYER, 1998; BURDEK, 2010; PEVSNER, 1980; MORAES, 1999; ASIMOW, 1962; JONES, 1970; LOBACH, 2001; MUNARI, 2008; BROWN, 2010; BALL, 2009),
- III. Estudos relacionados ao usuário e sua participação nas três etapas de concepção final do mobiliário, com foco na produção (SCHMITT, 2002; ROBALO, 2016; BERTOLINI, 2011; BASSI, 2017; MACEDO, VAN DER LINDEN, 2019; TOFFLER, 1980; DE OLIVEIRA; SAKURAI, 2018; PAPANÉK 2007; PAPANÉK 1972; NUNES, 2010; KRIES, et al., 2018; PAPANÉK, HENNESSEY, 1973; MANZINI, 2017; MANZINI, 2016; FAGGIANI, 2006; THOMEIO, et al., 2018; CLARO, 2004)
- IV. O desenvolvimento de um mobiliário fundamentado no conceito *DIY* (PEREIRA, et al., 2020).

## **2. Levantamento bibliográfico**

### **2.1. O artífice, a máquina, o consumo e as escolas pioneiras de design na Europa**

A produção artesanal é caracterizada pela habilidade que o artesão tem em liderar, controlar e dominar todas as etapas do processo produtivo. Isso quer dizer que o artífice está presente desde a definição do projeto, na escolha e na obtenção da matéria prima, seguindo

para a produção em si, onde o mesmo desenvolve as próprias técnicas de produção, até o momento em que o produto segue para a comercialização e chega até o consumidor final. (NIEMEYER, 1998)

Porém, quando o tema “Produção artesanal” entra em discussão, essa habilidade é, diretamente, relacionada a um estilo de vida arcaico, que ocultou-se desde a revolução industrial com a inserção das máquinas. No entanto esta interpretação não é válida, visto que este know-how está coligado a um impulso humano básico de fazer algo para si mesmo (SENNETT, 2009).

Segundo Sennett (2009) o trabalho artesanal é vinculado ao “fazer bem”, onde o fazer artesanal não se restringe somente ao trabalho manual do artesão, mas na verdade em um conjunto de pensamentos e atitudes que se misturam, através de um fazer lento, repetitivo, técnico e cooperativo. Neste cenário o autor direciona nossa atenção ao fazer calmo, cauteloso, meticoloso e bem pensado, onde todas as etapas são desenvolvidas através de um trabalho lento e bem feito, com experimentações e repetições, até que se chegue a um resultado satisfatório.

Desde os primórdios, além da técnica de produção, o artífice desempenha um papel importante na sociedade, a partir do uso de suas ferramentas, sua bagagem de conhecimento e suas competências, para o bem da comunidade e pondo fim a vida nômade, a qual era baseada em caça, coleta ou até em guerreiros, tirando as pessoas do isolamento. Nesse sentido entende-se que o trabalho artesanal está presente na história do homem como aspecto importante de suprir necessidades e proporcionar adaptações, que surgem de acordo com as mudanças na vida em sociedade (SENNETT, 2009).

Com a inserção da máquina, a rapidez na produção, a alta gama de produtos e a acessibilidade na compra, fizeram com que o artífice fosse afastado da produção em massa. Dessa maneira a divisão do trabalho foi proposta e a produção total não dependia somente de um profissional.

Desse modo, Sennett (2009) afirma que:

Desde a Revolução Industrial do século XVIII, a máquina parece constituir uma ameaça ao trabalho artesão-artífice. A ameaça tinha um caráter físico; as máquinas industriais nunca se cansavam, faziam o mesmo trabalho hora após hora sem reclamar. A ameaça da máquina moderna ao desenvolvimento das capacitações tem um caráter diferente (SENNETT, 2009, p. 49).



Ainda que a produção fabril tenha se difundido na sociedade tão largamente e positivamente na época, possibilitando a substituição gradual do trabalho manual pelo mecanizado, observou-se que a qualidade já não era mais a mesma, visto que o lucro era mais valioso que o próprio saber e a técnica do artífice.

Com o olhar direcionado ao capitalismo, Niemeyer (1998) salienta:

A concentração de trabalhadores na fábrica não se deveu, em princípio, a requisitos técnicos, ou foi determinado pelo porte de máquinas, ou pela infraestrutura demandada pelo processo de produção. O que estava em jogo era o alargamento do controle e do poder por parte do capitalista sobre o conjunto de trabalhadores, que ainda detinham os conhecimentos técnicos. (...) Na fábrica, a divisão do trabalho, a disciplina, o controle dos meios e da própria produção geraram alienação dos trabalhadores e de seus saberes, transferindo-os para o modo capitalista. (NIEMEYER, 1998, p. 29)

Com o incessante crescimento da produção mecanizada e seu potencial tecnológico, com mais instrumentos, novos maquinários, materiais e, conseqüentemente diferentes modos de produção, a lógica quanto a criação e concepção se tornou falha e caótica. O empresário, buscando apenas o lucro através de produtos com preço baixo e produzidos em larga escala, se desviou da qualidade entregue ao consumidor. (NIEMEYER, 1998)

Sendo assim, após movimentos que incentivavam o trabalho manual, a qualidade do produto e os princípios do movimento moderno, a figura do designer passou a ocupar um lugar importante dentro da indústria, onde o profissional atua assim desde o comando do projeto, dentro da produção e na distribuição e logística dos produtos.

Com o crescimento da produção industrial houve, paralelamente, um grande crescimento urbano, fazendo com que as fábricas sentissem a necessidade de uma produção que atendesse à essa demanda. Nesse sentido Cardoso (2008) afirma:

O processo de industrialização acarretou mudanças muito mais amplas que a simples transformação nos métodos produtivos. Ocorreu que no século XIX um crescimento urbano até então inédito na história da humanidade, com números cada vez maiores de pessoas fazendo uso de novos meios de transporte para irem às cidades em busca de empregos: nas fábricas que então surgiram ou no setor de serviços que se expandiu para atender às grandes concentrações de população (CARDOSO, 2008, p. 46).

Este aumento de quantidade de pessoas ocasionou mudanças no comportamento da sociedade, nos relacionamentos entre elas e também no consumo, que neste momento era favorecido pelo trabalho assalariado e pelo público consumidor cada vez mais alfabetizado. (CARDOSO, 2008)

O papel do designer dentro da indústria se expandiu para diversos setores como objetos utilitários, mobiliário, tapeçarias, papeis de parede e demais objetos de usos pessoais e domésticos. A preocupação das classes em ascensão com o status individual e aparência

requeria cada vez mais a presença de um profissional em busca da identidade e diferenciação social. (CARDOSO, 2008)

É possível notar que o modo de produção controlado que o artífice desenvolvia em contraste com a divisão do trabalho proposta pela indústria de bens, a busca pelo produto com menor preço e a produção em larga escala enquadrados na Revolução Industrial, demandaram a presença de um profissional afim de gerenciar a produção manufaturada e melhorar a qualidade dos produtos. A presença do projetista alcançou níveis mais altos e configurou grande importância para a sociedade durante este período de transição e consumo.

Neste contexto as escolas de design e os movimentos a favor do fazer manual, foram fontes essenciais de conhecimento e incentivo para que o design fosse um agente transformador em meio aos produtos de má qualidade estética e funcional oferecidos pela indústria ao consumidor.

Segundo Rafael Cardoso (2008), a figura do designer se originou a partir da combinação de três processos históricos entre os séculos 19 e 20. O primeiro está relacionado a industrialização, no momento em que surge a necessidade de uma reorganização da fabricação e da distribuição dos produtos para que, dessa forma, pudesse atingir uma maior escala de produção em menos tempo, aumentar o alcance de consumidores e alavancar a diversidades de bens. O segundo processo foi a urbanização moderna, causada pela chegada de milhares de pessoas, obrigando a cidade a sofrer adequações e ampliações. O terceiro processo vem do viés da globalização, através a integração de comércio, transportes e comunicação.

Neste contexto, nota-se a grande alta na produtividade, a qual cresce proporcionalmente ao lucro, o que também contrasta com a má qualidade dos produtos. Visto que o artesão não mais fazia parte do quadro de criadores de projetos e consequentemente da fabricação de produtos, a coordenação da equipe de produção era feita por um empresário, o qual visando somente a obtenção do lucro, inseria o usuário na posição fixa de comprador (TEIXEIRA, 1996; BROWN, 2009).

Portanto, a segunda metade do século XIX foi marcada por uma onda de consumo alinhada às lojas de departamentos e a correlação do ato de fazer compras ao lazer. Dessa

forma “o consumo acabou se transformando em palco para a realização dos desejos” (CARDOSO, 2008).

Assim como o consumo se tornou protagonista, as manifestações públicas, entretenimentos como teatro, festas e exposições também tiveram um destaque importante, gerando alta concentração de pessoas. Neste contexto, foi inaugurada em 1851 na cidade Londres a “Grande Exposição dos Trabalhos da Indústria de Todas as Nações”, traçando um marco na formação de um comércio e sistema econômico global, onde além de atrair milhões de visitantes, a divulgação jornalística alcançou o mundo todo (CARDOSO, 2008).

Alguns artistas não viram com bons olhos o que foi exposto e, dessa forma, deram início aos movimentos para a reforma a favor da estética e da qualidade dos bens materiais, com a intenção de alinhar o design como a nova sociedade vigente (NIEMEYER, 1998)

Entre os anos de 1850 e 1860, John Ruskin apresenta a ideia de que o grande causador das deficiências estéticas e projetuais era o modelo de organização do trabalho, o qual empregava apenas operários sem qualificação e que não visava o bem estar do trabalhador. Assim sendo, Ruskin desmistificava a ideia de que a qualidade dos produtos vinha do mau gosto do usuário, e dessa maneira a produção industrial foi vista a grande responsável por modificar a qualidade estética dos produtos. (CARDOSO, 2000)

William Morris, ainda debatendo sobre a má qualidade dos produtos fabricados industrialmente, constituiu uma iniciativa de revalorização da arte e dos ofícios, traduzida no movimento *Arts and Crafts*. Morris acreditava que a industrialização afastaria os artesãos com seus produtos de cunho intangível. Porém, retornar a produção quase medieval onde o artífice tinha autoridade sobre todas as etapas da produção, forneceria produtos singulares com preços elevados, o quais não alcançariam a sociedade por não serem acessíveis financeiramente (NIEMEYER, 1998). Morris buscava propor, através do *Arts and Crafts*, uma produção artesanal que melhoraria as condições de trabalho e da estética empobrecida da indústria, sendo um renovador de estético (BÜRDEK, 2010).

Após anos de luta contra a industrialização, despontam pensamentos sobre a civilização moderna e de como a mesma depende da máquina para produção, acessibilidade no consumo e tempo de fabricação. Neste cenário considera-se que nenhum estudo das artes poderá perdurar se não admitir a necessidade da indústria (PEVSNER, 1980).

Como consequência, a máquina precisou ser aderida aos modos de produção e aceita, despertando desta maneira as premissas do movimento moderno. Após o falecimento de Morris em 1896, o questionamento sobre a produção no âmbito industrial praticamente cessou. Neste contexto, os países como os Estados Unidos da América do Norte, França e posteriormente a Alemanha, tornaram-se os grandes centros de produção fabril (NIEMEYER 1998; PEVSNER, 1980).

Discussões sobre o estilo da sociedade industrial ganharam força no final do século XIX, onde a busca por um estilo novo se intensificou. Se esperava que a nova forma trouxesse características que conversassem com as poderosas estruturas de ferro e aço, locomotivas a vapor, algo se inspirasse no passado, mas que propusesse um estilo atual e condizente com esta nova Era (CARDOSO, 2000).

Incorporado nesta discussão de inspirações e propósitos, surge o primeiro estilo “moderno e internacional” denominado *Art Nouveau* (Arte Nova). Esta nova linguagem portava consigo formas botânicas, curvas assimétricas, traços florais, com cores douradas e muita exuberância. Com a difusão tecnológica e o crescimento das cidades, mobiliários urbanos e equipamentos foram desenvolvidos a partir da estética formal deste estilo, sendo observados, por exemplo, nos metrô de Paris. Sendo assim, os objetos industrializados também passaram a ser pensados com mais cuidado, com melhor tratamento estético. Henry Van de Velde teve grande destaque como praticante do estilo *Art Nouveau*, desmontado em suas obras sua própria linguagem formal, a qual alinhava a arte com a indústria, defendendo a correlação entre ambas. Na Alemanha, o artista buscou levar este posicionamento para o ensino do design (NIEMEYER, 1998).

Até o final do século XIX, os mobiliários alemães eram produzidos por artesãos em pequenas oficinas, porém com a introdução das máquinas, a fabricação passou a ser fabril (NIEMEYER, 1998). Neste cenário, em 1907 na cidade de Berlim na Alemanha, manifesta-se o *Deutscher Werkbund*, (Confederação Alemã do Trabalho), escola que precursora na inserção do design como ponto principal para gerar aliança entre arte indústria afirmando, através de produções correlacionadas ao novo século, a “identidade nacional” nos produtos industrializados (CARDOSO, 2000).

Segundo Cardoso (2000), a *Deutscher Werkbund*, tendo como uma de suas metas principais de organização “a cooperação entre arte, indústria e ofícios artesanais; a imposição

de novos padrões de qualidade na indústria; a divulgação dos produtos alemães no mercado mundial; e a promoção da unidade cultural alemã”, apontava que haveria um caminho conciliador possível (CARDOSO, 2000).

Os produtos projetados pela *Deutscher Werkbund* traziam em sua forma a simplificação, planejamento e alta qualidade que conversavam com a atual estruturação da sociedade, adaptando-se a nova fase, direcionando o olhar para os usuários. A escola acreditava que a indústria poderia ser utilizada positivamente para a produção de qualidade, desde que fosse vinculada ao trabalho dos artesãos (MORAES, 1999). Neste momento “o design foi apresentado como elemento fundamental para a expansão da economia nacional e a restauração da economia alemã” (NIEMEYER, 1998).

Neste período, o funcionalismo se apresenta como protagonista, onde age de acordo com os aspectos direcionados a eliminação de adereços supérfluos, como ornamentos, utilização racional de material, gasto mínimo, custo mínimo de fabricação e afastamento a produtos com apelos emocionais (LOBACH, 2001).

No ano de 1919 em Weimar na Alemanha, foi fundada a Bauhaus, que se tornou o mais importante centro criador da Europa, sempre pensando o design como uma ação construtiva. A escola buscava propor um equilíbrio entre a arte e a técnica, idealizando que a pesquisa poderia contribuir para uma melhor qualidade da produção industrial. Neste cenário, fomentava a conciliação entre o trabalho manual com o intelectual (MORAES, 1999).

A escola teve sua história dividida em três fases, sob a direção de três diretores: Walter Gropius em Weimar, Hannes Meyer em Dessau e Mies van der Rohe em Berlim. Sua fase inicial estava aberta a ideias inovadoras que agregassem pessoas e propostas ligadas as tendências artísticas e arquitetônicas. Neste primeiro momento traduziam-se as ideias expressionistas (CARDOSO, 2000).

Segundo Niemeyer (1998), esta primeira fase, a fim de desenvolver o tema “arte para todos”, efetivou pesquisas que se orientaram para os processos pedagógicos, o que afastou do ideal de standardização. Com isso, a partir de críticas e receio na perda do auxílio governamental, Walter Gropius (então diretor da Bauhaus) se sentiu na obrigação de alterar a grade curricular.

Na segunda e terceira fase, atraídas pelas ideias racionalistas e tecnicistas, destacou-se o funcionalismo exacerbado, denominado “Alto Modernismo”, que propagava a ideia de

que a forma de cada objeto deveria seguir a função que o mesmo propunha. Este novo caminho, afastou a ideia inicial que preconizava a prática manual e artesanal (CARDOSO, 2000).

Com o fechamento da Bauhaus em 1933, seus idealizadores e membros seguiram para outros locais carregando o portfólio de ensinamentos e experiências da escola. Até que no ano de 1951, o ex-aluno da Bauhaus, Max Bill (1908 – 1994), funda uma nova escola de design intitulada “*Hochschule fur gestaltung*”, na cidade Ulm na Alemanha, passando a ser conhecida como Escola de Ulm (CARDOSO, 2000). A princípio, sob a direção de Max Bill, a escola de Ulm privilegiava a estética formal do objeto, tendo vantagem sobre as questões funcionais, de produção e consumo. Esta ideia não agradava e, quando Tomas Maldonado assume a direção em 1956, iniciou uma manutenção no modelo de ensino (NIEMEYER, 1998).

A partir deste momento, a proposta de Ulm era a de conciliar outras áreas e ciências para a formação de designers, sugerindo uma interdisciplinaridade, isto é, na grade curricular passariam a existir matérias como sociologia, antropologia, filosofia, história da cultura, etc. Viu-se então a questão formal do produto colocada em relação ao funcionalismo, aos usos/usuários, a tecnologia e o mercado consumidor. Neste momento o design fazia parte do processo de produção (NIEMEYER, 1998).

O currículo da Escola de Ulm, mesmo após seu fechamento, serviu de exemplo e inspiração para futuras escolas de design, sendo trazidas por membros da escola alemã. A criação da ESDI (Escola de Ensino Superior em Design Industrial) no Brasil, teve grande influência na trajetória e na grade curricular da Escola de Ulm (NIEMEYER, 1998).

Com isso, entende-se que as escolas de design europeias surgiram a partir da ideia de que a máquina, protagonista do novo modelo de produção e desenvolvimento de artefatos, poderia ser alinhada as artes desde que houvessem pesquisas a partir do fazer do artesanato. Com a docência estruturada com sua base em artistas, com laboratórios experimentais viáveis e estudos da sociedade, o objetivo era propor novos objetos e móveis que atendessem a nova era, sendo funcionais e esteticamente atrativos. Ainda que não tenham tido longa vida, as escolas são um marco no ensino do design, através da quebra de paradigmas, metodologias e processos de projeto, produção e valorização da arte.

Contudo, mesmo com o estudo da sociedade, ergonomia, antropologia, entre outras disciplinas, o design moderno colocava o usuário na simples posição de consumidor. Assim

como nos primórdios da revolução industrial, o acesso, a distribuição e a criação obsoleta de produtos, visava somente o lucro. Ainda que inserindo melhor qualidade e estéticas aos novos produtos, o usuário ainda era visto somente como um consumidor final.

### **3. Apresentação de algumas metodologias de projeto em design e a presença do usuário em cada uma delas**

O design é uma atividade criativa e de inovação, onde cada objeto é desenvolvido a partir de uma sequência de processos, baseados em fatores econômicos, sociais ecológicos e culturais (BURDEK, 2006).

Após a Segunda Guerra Mundial, impulsionou-se um crescimento econômico, onde o designer foi solicitado, não somente para produção de artefatos estéticos manufaturados, mas precisou se adequar e integrar métodos científicos que revissem os processos de design (BURDEK, 2006).

Com a ascensão da indústria, os métodos de projetar tiveram que ser ajustados à nova maneira de pensar a produção. É neste momento que são observados os problemas e a carência de profissionais habilitados para solucionar tais questões relacionadas a desenhos, materiais e processos em geral (GARCEZ, 2017).

Dessa maneira, a fim de sanar as necessidades da sociedade, existentes ou novas, as metodologias de projeto surgem para guiar o projetista possibilitando a solução de tais demandas baseadas nos problemas dos usuários (DE FREITAS; et al., 2013).

É notória a mudança da forma de projetar onde, a princípio o embasamento teórico da concepção do produto tinha seu foco principal centrado no objeto em si e em sua forma. Logo após despontam estudos direcionados ao usuário como o foco primordial para o desenvolvimento do projeto, abrangendo contextos visuais, econômicos, socioculturais e psicológicos (DE FREITAS; et al., 2013).

Dentre as metodologias de Design as selecionadas para a discussão estão Morris Asimow (1962), John Cris Jones (1970), Bernd Lobach (1976), Bruno Munari (1981), Tim Brown (2009) e o método do Double Diamond desenvolvido pelo Design Council. Porém é de igual importância citarmos que outros autores também desenvolveram pesquisas sobre metodologias, sendo eles Mike Baxter, Archer, Burdek, Bonsiepe, Gustavo Bomfim, entre outros.

Vale ressaltar que este recorte da pesquisa tem como objetivo discorrer brevemente sobre as metodologias de projeto citadas acima, com o intuito principal de enfatizar o momento em que o usuário é apontado como parte do processo de projeto e quando o mesmo se destaca somente como consumidor final.

**a. Morris Asimow**

Nome:	Morris Asimow
Data de Nascimento:	27 de novembro de 1906
Formação Acadêmica:	Bacharelado, Mestrado e Doutorado em Engenharia.
Obra:	“Introduction to Design: Fundamentals of Engineering Design” – 1962

Segundo o autor Asimow (1968), “o projeto de engenharia é uma atividade orientada para o atendimento das necessidades humanas, principalmente daquelas que podem ser satisfeitas por fatores tecnológicos de nossa cultura”.

Com este olhar, o projeto de engenharia busca desenvolver e produzir bens e serviços que possam ser utilizados como modelo referencial para os demais bens e serviços concedidos através deles. Desta maneira, a avaliação do usuário sobre o produto desempenha um papel importante em relação à metodologia, pois é a partir dela que são percebidas as satisfações e insatisfações durante o uso, que auxiliarão para dar sequência a produção.

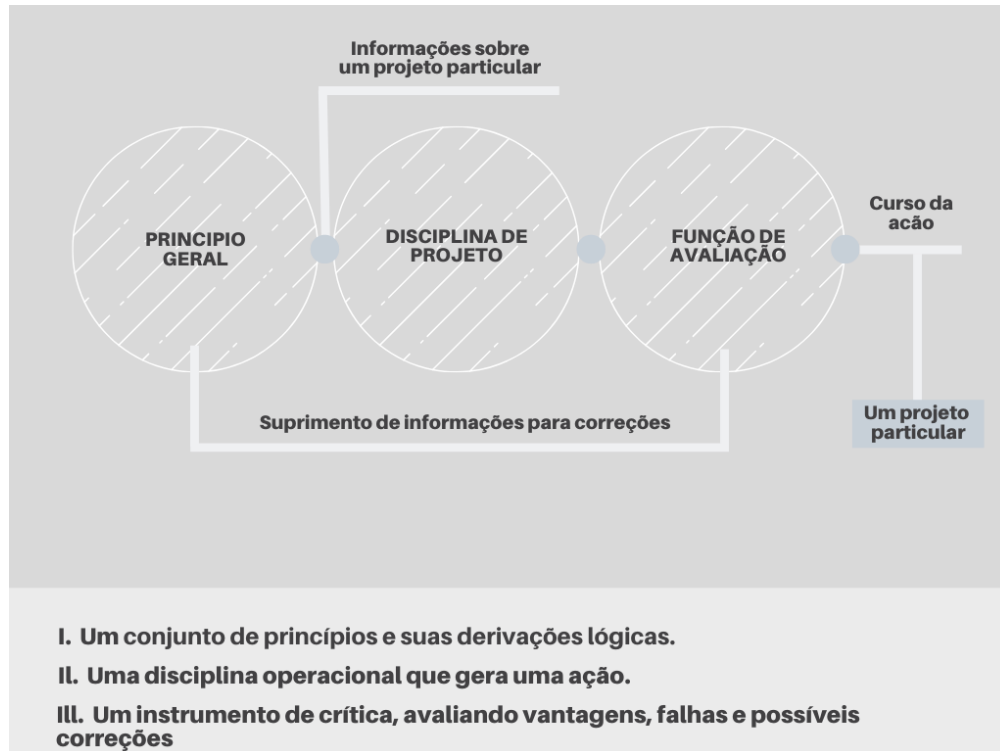
A filosofia do projeto em engenharia é definida através de uma metodologia aplicada, estruturada a partir de técnicas operacionais lógicas e quantitativas, que relacionam as avaliações, propondo mudanças e correções em aspectos referentes a aplicações em situações particulares.

Neste cenário vemos a presença do usuário, como consumidor final, explanando sua opinião sobre devido artefato, a fim de gerar critérios para futuros reparos dos produtos, tornando-os adequados para se enquadrarem em diversos estilos de vida.

Portanto a filosofia do projeto de engenharia é composta por três partes principais, descritas na figura abaixo:



Figura 1: Processo de design por Asimow



Fonte: Elaborada pela autora, baseada em Asimow (1968)

Dessa maneira observamos que a participação do usuário, referente ao projeto em design, está vinculada ao uso e avaliação do produto em questão. A partir das observações realizadas pelo próprio consumidor, os responsáveis pela produção utilizam as informações como suprimento para melhorias e adequações do produto.

Sendo assim, o usuário não está presente no processo de projeto, nem tanto no processo de produção, sendo visto somente na etapa de consumo. Ainda que suas observações sejam um ponto de grande importância para as duas etapas anteriores, o usuário não apresenta participação ativa criando ou produzindo, somente através da liberação de informações.

#### **b. John Cris Jones**

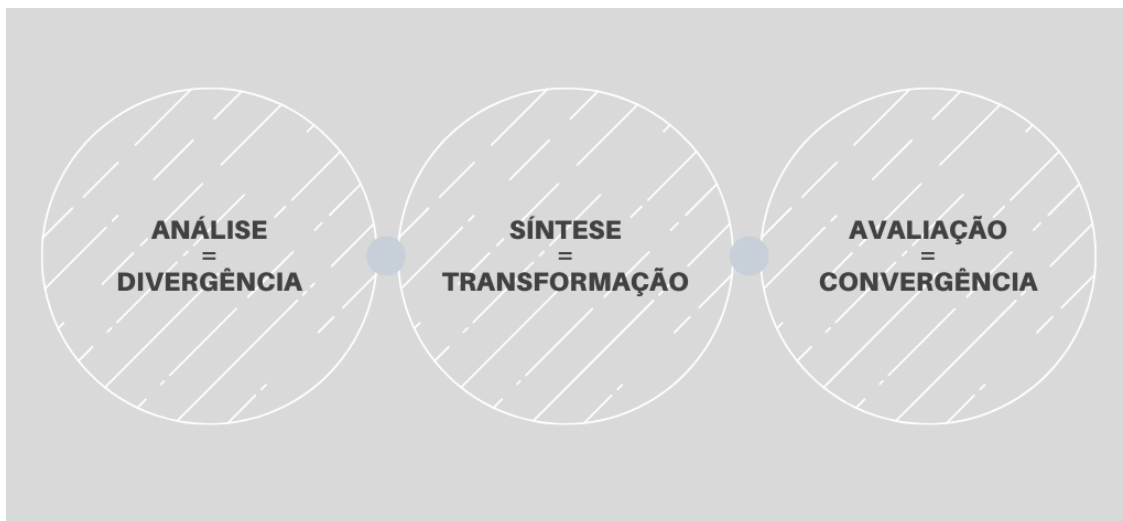
Nome:	John Cris Jones
Data de Nascimento:	1927
Formação Acadêmica:	Engenharia
Obra:	“Design Methods: Seeds of Human Futures” 1970

John Cris Jones, após se decepcionar com a superficialidade do design industrial, buscou, através dos estudos sobre a ergonomia, antropologia e a partir das análises sobre as experiências do usuário, propor melhorias para os produtos. Porém, quando soube que os designers projetistas não estavam utilizando sua pesquisa para as produções, decidiu criar metodologias que pudessem ser utilizadas pelos engenheiros, de maneira que os mesmos pudessem seguir e aplicar, a partir da racionalidade e intuição.

No ano de 1970, John finalizou seu livro “Design Methods: Seeds of Human Futures”. Sua obra, foi dividida em duas partes, sendo a primeira relacionada ao desenvolvimento do processo de projeto, alinhando os novos métodos aos novos problemas, paralelamente aos métodos antigos, propondo uma introdução geral. E na segunda parte, são distribuídos 35 outros métodos em ação.

Para a produção do seu livro, Jones se baseou em suas próprias experiências, no seu conhecimento científico sobre o ser humano através do projeto, sobre a ergonomia e fundamentado nos ensaios propostos por designers. Neste contexto, na primeira parte do livro o autor apresenta em três etapas:

Figura 02: Três fases para um processo de design por Jones



Fonte: Elaborada pela autora, baseada em Jones (1970)

A fase número um, nomeada “divergência” é estabelecida através de testes e extensão de limites. É nesta etapa que os esforços são projetados para que novos dados sejam registrados, e dessa forma conseguimos encontrar o contexto do problema.

A fase número 2, nomeada “transformação” se traduz nas palavras: eliminar, combinar, simplificar, transformar ou modificar. Isto é, com os dados já apontados, o objetivo

é criar um padrão que possa ser convergido para um design único, refletindo todas as situações. O problema que tinha uma dimensão grande, agora é composto por numerosos problemas pequenos e fáceis de resolver.

Na fase três, nomeada “convergência” já estão estabelecidos os limites, problemas e objetivos. Nesta etapa, as possibilidades são eliminadas até que reste só uma. Após o teste, se houver qualquer problema com a mesma, o produto retorna a etapa de transformação para avaliar outras possibilidades.

Ainda que a experiência do usuário tenha sido explicitada como um ponto de partida importantíssimo para a criação dos novos métodos, alinhada aos fundamentos sobre o ser humano e a ergonomia, o usuário não participa das etapas de criação (projeto) e produção.

Neste cenário, o usuário é empregado como um facilitador de informações para melhoria na geração e fabricação dos produtos onde, baseando-se nos dados indicados, a metodologia consegue se guiar para resolução de problemas e criação de alternativas. Portanto o usuário só participará da terceira etapa sendo consumidor.

### **c. Bernd Löbach**

Nome:	Bernd Löbach
Data de Nascimento:	5 de novembro de 1941
Formação Acadêmica:	Design e Sociologia
Obra:	“Design industrial: Bases para a configuração dos produtos industriais” 1976

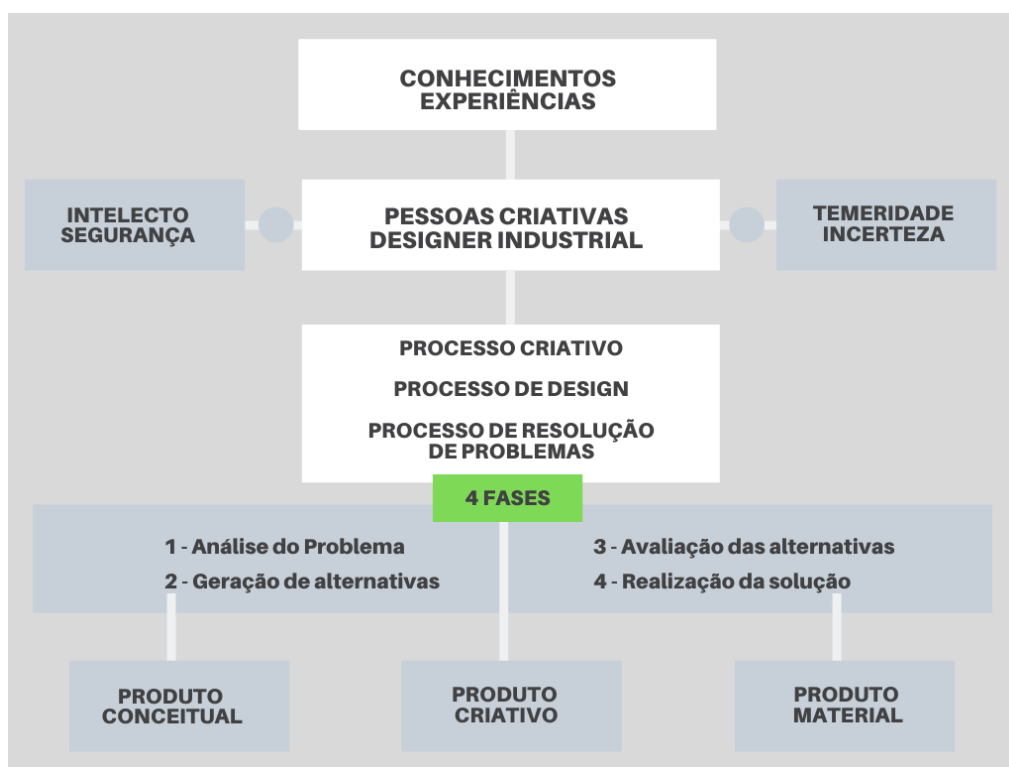
Segundo o autor Bernd Löbach, em seu livro “Design industrial: Bases para a configuração dos produtos industriais” a definição do conceito de design se fundamenta em um planejamento que existe para solucionar um determinado problema, compreendendo e concretizando uma ideia configurando-a em objetos, projetos, modelos, etc.

Nesse sentido o processo de design exercido pelo profissional dentro da indústria, visa um produto inovador e atrativo que desperte desejo no consumidor, criado através de novas soluções decorrentes das pesquisas, agrupamentos de dados e a capacidade criativa do projetista .

Dessa maneira, a metodologia desenvolvida por Löbach tem no topo de seu direcionamento o acumulado de conhecimentos e das experiências vividas pelo projetista, sendo isto a bagagem do profissional. A partir deste instrumento intelectual, surgem os designers, processos criativos e resoluções dos problemas.

Dividido em quatro fases o processo tem como primeiro seguimento o de análise do problema, acompanhado de geração de alternativas para ele, logo em seguida a avaliação das mesmas citadas anteriormente e, por fim, a realização desta solução. Como na figura 03:

Figura 03: Processo de design por Lobach



Fonte: Elaborada pela autora, baseada em Löbach (2001)

Sendo assim, na primeira fase tem-se o ponto de partida que é a descoberta do problema. Baseado nele inicia-se a coleta de informações sobre o mesmo com a intenção de solucioná-lo. Nesta etapa todas as informações são pertinentes, não podendo haver censura sob qualquer dado.

Neste estágio insere-se a pesquisa de análise de necessidades, visando quantas pessoas estariam interessadas, como também a análise socioeconômica, buscando por informações sobre a relação entre usuário e produto, de acordo com a classe social, símbolo de status, etc. Também estão inseridas as análises de meio ambiente, de mercado, de função do produto, função estrutural e de configuração do produto.

A segunda fase fundamenta-se na geração de alternativas, onde a mente do designer trabalha livremente possibilitando ideias sem censuras, que combinadas a outras ideias, geram novas associações, executando esboços que serão levados para a fase de avaliação.

A terceira fase baseia-se na avaliação das alternativas propostas anteriormente a fim de escolher a melhor solução. O designer entra nesta fase sendo responsável pelo planejamento do produto e a sua comercialização. Para a avaliação são pontuadas duas questões: Que importância tem o novo produto para o usuário ou um grupo deles? Qual importância tem o novo produto para ascensão financeira da empresa? Dessa forma, alinha-se qual a melhor alternativa.

Partindo para a fase quatro encontramos a solução do problema, onde se materializa a escolha anterior, a qual é retocada e aperfeiçoada. O designer trabalha em paralelo com o projetista da indústria elaborando a solução.

Neste cenário notamos a grande preocupação quanto a aceitação do usuário em relação ao produto. São avaliados diversos pontos sociais, econômicos e ambientais, para que a partir deles, seja desenvolvida uma solução para o problema, para o qual o produto servirá.

Ainda assim, não é possível notar a participação do usuário nas etapas de criação e produção do artefato, sendo o mesmo direcionado somente a etapa de consumo. O objetivo das pesquisas sobre a experiência do consumidor, visa somente o viés do capitalismo, através da produção de objetos de desejo e lazer.

Portanto, a metodologia não proporciona a participação do usuário como criador ou produtor do seu próprio artefato, não havendo opções para emancipação do consumidor ou até mesmo possibilidade de personalização do produto. O produto atende as necessidades gerais, mas faz com o que usuário se adeque a ele.

#### **d. Bruno Munari**

Nome:	Bruno Munari
Data de Nascimento:	24 de outubro de 1907
Formação Acadêmica:	Design
Método:	"Das coisas nascem coisas" 1981

Na metodologia estabelecida por Bruno Munari, o designer, ao desenvolver um projeto, deve seguir uma ordem lógica de processos, para facilitar o alcance do melhor resultado dispondo de menos esforço.

Neste contexto, o projetista deve seguir uma linha de pesquisa iniciando uma busca direcionada por produtos semelhantes, seguido por experiências realizadas e logo após pela escolha efetiva dos materiais certos, definindo a funcionalidade do produto.

Porém, o autor também se posiciona quanto ao método, tomando o mesmo como não é definitivo, podendo ser alterado de acordo com o processo criativo de cada profissional. Dessa forma, caso o designer encontre uma maneira que melhore seu desempenho, o método pode ser alterado e adaptado.

Para exemplificar melhor o modo como o método funciona e fundamentar o fato de que existe uma ordem a ser seguida, a figura 04 descreve as etapas que devem ser percorridas para que se alcance o melhor resultado, sendo ele o esperado ou não.

Figura 04: Processo de design por Munari



Fonte: Fonte: Elaborada pela autora, baseada em Munari (2008)

O método se estrutura tendo como ponto de partida o “problema”, o qual se resulta através de uma necessidade pontuada pela sociedade para melhoria da qualidade de vida.

Portanto nesta primeira fase, o designer precisa definir o problema em questão, para então poder estabelecer o melhor tipo solução para resolvê-lo.

Na próxima etapa, busca-se dividir o problema principal em componentes menores isolados, os quais escondem os subproblemas. Sendo assim, a resolução do problema geral, está no agrupamento de soluções de cada problema um por vez, resultando em uma conciliação de vários problemas em uma só solução. Para que se chegue a uma resolução final, são necessárias as coletas de dados de todos os problemas em questão .

Após a reunião de dados, serão analisadas todas as informações e a criatividade entrará como chave principal para que se caminhe em direção à solução final. Nesta fase são coletados os dados sobre os materiais e as tecnologias que o designer poderá dispor para realização do projeto.

Neste momento, com os dados sobre materiais e instrumentos já coletados, o designer inicia experimentação do mesmo para obter mais dados e seguir para a confecção de modelos, amostras e novas aplicações.

Este modelo desenvolvido, na próxima etapa, é apresentado a futuros clientes para ser avaliado e gerar considerações relevantes para aperfeiçoamento e modificações. A partir desta etapa denominada “desenho de construção” é onde o designer inicia os esboços e confecção de protótipos.

Neste contexto observamos que, para que o método seja efetivo, o projetista deve seguir etapas de análise e processos para chegar a solução final e, para isso devem seguir 12 passos, sendo eles (1) encontrar o problema, (2) definir o problema, (3) anotar os componentes do problema, (4) desenvolver uma coleta de dados, (5) analisar os dados reunidos, (6) utilizar a criatividade para propor soluções, (7) descrever os materiais que serão utilizados, (8) experimentar, (9) criar um modelo, (10) verificar o modelo, (11) projetar desenhos construtivos e (12) expor a solução.

Isto nos mostra que o projetista em nenhuma etapa utiliza o usuário como participante ativo no processo de projeto ou produção do produto a ser fabricado. O mesmo serve como base para obtenção de dados na fase número um da metodologia e após isso, aparecerá somente para ocupar o papel de consumidor.

#### e. Tim Brown

Nome:	Tim Brown
Data de Nascimento:	24 de junho de 1962
Formação Acadêmica:	Design
Método:	“Design Thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias” 2010

Tim Brown inicia seu pensamento propondo algo que equilibre as necessidades de indivíduos e da sociedade como um todo, através de escolhas e ideias renovadas. Uma nova metodologia que tenha como ferramenta as habilidades dos designers e experiências adquiridas que possam integrar o usuário, a tecnologia e o economicamente viável. Dessa maneira, o autor busca apresentar um método que coloca os instrumentos nas mãos dos usuários e dessa forma possa atingir e resolver grande parte dos problemas.

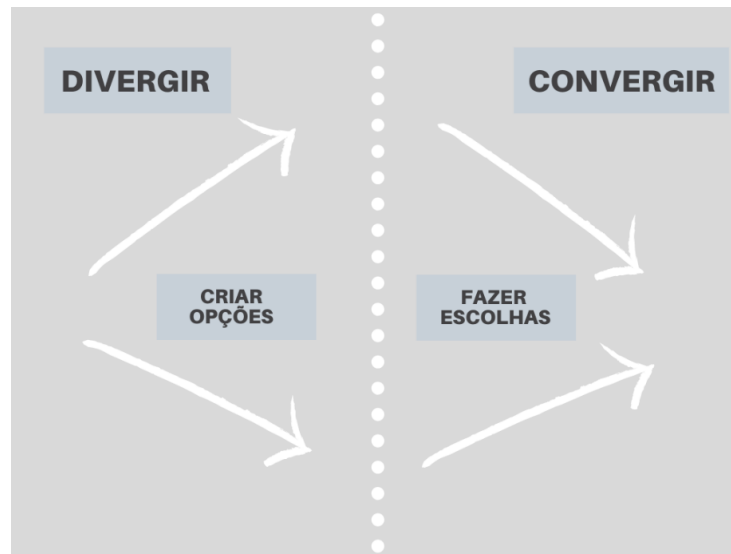
O design thinking começa com habilidades que os designers tem aprendido ao longo de várias décadas na busca por estabelecer a correspondência entre as necessidades humanas com os recursos técnicos disponíveis considerando as restrições práticas dos negócios. Ao integrar o desejável do ponto de vista humano ao tecnológica e economicamente viável, os designers tem conseguido criar os produtos que usufruímos hoje. O design thinking representa o próximo passo, que é colocar essas ferramentas nas mãos de pessoas que talvez nunca tenham pensado em si mesmas como designers e aplica-las a uma variedade muito mais ampla de problemas. (BROWN, 2010, p.3)

A obra é dividida em duas partes, sendo a primeira parte referente a um manual sobre como aplicar o design thinking, fundamentado por princípios e práticas e, a segunda parte sugere um desafio para que o leitor possa entender que a metodologia pode ser utilizada em qualquer obstáculo que estiver à frente.

O método fundamenta-se em duas etapas (figura 05), sendo elas “divergir” e “convergir”. Durante a primeira fase, existe a dedicação para a coleta de dados, através de pesquisas, entrevistas, análise de similares, etc., esta fase contempla toda a análise. Com o acúmulo informações, inicia-se a organização e agrupamento de dados, reduzindo a documentação. Na segunda fase, são definidas as melhores escolhas e dessa forma o conjunto é convergido para um único resultado, chamamos essa etapa de síntese.



Figura 05: Design Thinking - Brown



Fonte: Elaborada pela autora, baseada em Brown (2010)

Voltando o olhar para o consumidor, que antigamente era visto somente como comprador e objeto de análise para o marketing, o design thinking proporciona uma interação cada vez maior entre as equipes de design e o público alvo.

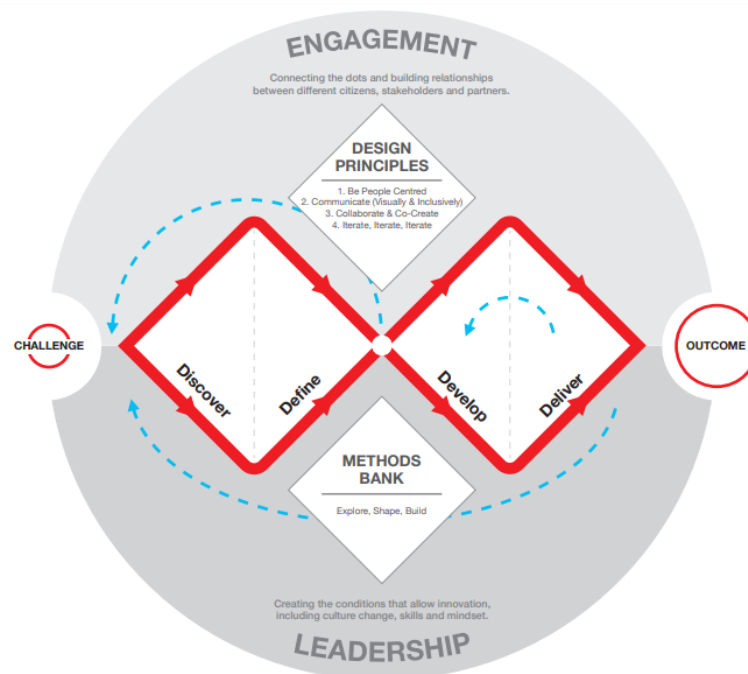
Anteriormente as empresas produziam um produto e contratavam profissionais de marketing para vendê-lo. Com o tempo este cenário foi mudando e inserindo uma abordagem que se orientava às pessoas, observando o estilo de vida e cotidiano das mesmas, para então criarem um produto desenvolvido a partir das inspirações vindas dos consumidores. Neste contexto o design inicia sua migração de “designers criando para as pessoas para designers criando com as pessoas e a pessoas criando por si sós, por meio da aplicação de conteúdo gerado por usuários e inovação do código aberto”. (BROWN, 2010)

Ainda sobre o Design Thinking, o Diamante Duplo (Double Diamond) desenvolvido pelo Design Council na Inglaterra por Anna White, Chris Vanstone, Gill Wildman, Jennie Winhall e Jonathan Ball em 2004, representa o processo de design e inovação, que pode ser usado independente dos produtos, serviços ou ferramentas utilizadas. A intenção era criar um processo que pudesse ser aplicado em qualquer campo (BALL, 2019).

Ainda que os processos em formato de “pipa” já haviam sido utilizados nos anos 60, os mesmos eram pouco divulgados. Dessa forma, o Conselho de Design, resolver apresentar algo que pudesse ser utilizado por todos, de uma maneira que trouxesse maior visibilidade. Assim

sendo, o que o conselho produziu foi uma codificação, renomeação e popularização do método (BALL, 2019).

Figura 06: Double Diamond



Fonte: [www.designconcil.org.uk](http://www.designconcil.org.uk)

O processo é dividido em quatro fases denominadas: 1 – Descobrir, 2 – definir, 3 – Desenvolver, 4 – Entregar.

1. **Descobrir:** Ajuda o usuário a entender qual é o problema, passando mais tempo e convivendo com as pessoas envolvidas e afetadas por tal situação. Dessa maneira facilita o entendimento e identificação das necessidades do usuário.
2. **Definir:** Algum insight obtido através das descobertas deste contato pode trazer alguma ideia e ajuda-lo a definir melhor este desafio, alinhando as necessidades aos problemas dos usuários, criando um resumo do projeto.
3. **Desenvolve:** Etapa direcionada a desenvolvimento, testes e aperfeiçoamentos das diversas ideias e soluções propostas anteriormente que mais se enquadram ao problema.
4. **Entregar:** Selecionar uma solução em potencial que possa ser aplicada e a dar início ao seu lançamento.

Também são citados os princípios do design que devem ser adotados para que as soluções tenham respostas mais eficazes, como sempre colocar o usuário em primeiro lugar, compreendendo suas necessidades, aspirações, etc. Logo após auxilie no compartilhamento do problema e das ideias. O terceiro passo se baseia na co-criação e na cooperação, onde todos trabalham juntos e se inspiram em outras pessoas. Como etapa final, isso deve ser retaliado a fim de evitar erros antecedentes.

Neste contexto observamos que a metodologia de projeto embasada no design thinking teve relação direta com o usuário, o qual é convidado a participar e não somente consumir passivamente como antes. Dessa forma o usuário não se trata unicamente de um objeto de estudo, mas de um participante do processo, onde o consumido é primeiramente utilizado como referência, podendo vir a se tornar um colaborador e, com o auxílio de projetos, um construtor do próprio produto.

### **3.1 Projetar para o usuário x projetar com o usuário**

A partir da pesquisa, leitura e análise das cinco metodologias escolhidas para este trabalho, foi possível notar onde o usuário se encontra em cada etapa do processo de criação, produção e consumo de um produto.

Assim sendo, a primeira metodologia escrita por Morris Asimow no ano de 1962, deixa claro o direcionamento para um viés operacional, lógico e quantitativo, onde a engenharia é tida como protagonista, assumindo o papel racional que se atenta às avaliações dos usuários e propõe as alterações e correções necessárias ao produto final. Nesse contexto o usuário é visto como consumidor passivo e agente avaliador.

A segunda metodologia foi escrita por John Cris Jones em 1970 e é fundamentada na obtenção e coleta de dados, síntese dos mesmos, até que se estabeleça um projeto final, o qual vai para avaliação do consumidor.

Porém, ainda que seu principal objetivo fosse o estudo da ergonomia, antropologia e comportamento do usuário, o mesmo só é inserido no processo no período de análise da própria experiência com o produto o qual, a partir das informações coletadas, retorna à fábrica para correções e melhorias para os próximos da linha de produção. Sendo assim, o usuário é notado como consumidor e agente avaliador.

A terceira metodologia proposta por Bernd Löbach em 1976, tem estruturado no topo do processo a experiência e bagagem de conhecimentos dos projetistas. O processo é dividido em quatro etapas, sendo a primeira relacionada a definição do problema, análise socioeconômica e a relação entre o usuário e o produto em questão. A segunda etapa se fundamenta na geração de alternativas, ideias e esboços feitos pelo designer, o que leva a terceira etapa onde são avaliadas as propostas realizadas. Após a síntese das alternativas se estabelece a solução do problema. Nesse sentido o usuário é visto somente como consumidor passivo do produto.

A quarta metodologia, escrita no ano de 1981 por Bruno Munari, orienta-se para a solução de um problema observado na sociedade. Dessa forma inicia-se com a identificação do problema, seguindo para sua definição e descrição dos seus componentes, com isso se introduz a coleta e análise dos dados a fim de propor uma solução. A partir desta etapa a metodologia segue para a escolha e testes de materiais a fim de criar um modelo, testa-lo, para que aprovado possa expor a solução. Nesse cenário o usuário é visto como consumidor e agente de experimentação e avaliação.

A quinta e última metodologia foi escrita no ano de 2010 por Tim Brown, chamada design thinking. O processo de projeto procura, a partir do conhecimento, habilidade e experiência do designer, integrar o usuário, a tecnologia e o economicamente viável. A metodologia tem como objetivo ser acessível para qualquer ramo, não somente o de projeto. A principal abordagem é a de fazer design com as pessoas e não somente para as pessoas, emancipando-os para que os usuários possam construir seus produtos a partir de um plano criado pelo designer.

O processo de projeto do Design Thinking se inicia pela identificação do problema e definição do público alvo, seguido pela etapa de pesquisa, que busca dados sobre o problema através de entrevistas com os usuários. A terceira etapa se fundamenta na geração de ideias baseadas nas motivações e necessidades do consumidor. Após esta última começa a quarta etapa na qual são criados protótipos que são apresentados a grupos de usuários, para que possa ser feita a seleção, e seguir para a implementação. Assim sendo, o designer aprimora seu conhecimento através dos feedbacks dos usuários.

Nesse contexto nota-se que quatro das metodologias escolhidas tem como norte a produção industrial e como elemento principal o produto, o qual é desenvolvido e aprimorado

através das informações e avaliações feitas pelo usuário, que dispõe do seu conhecimento e experiência com o produto.

A única metodologia que aponta para a participação do usuário é o Design Thinking, que introduz o consumidor desde a primeira etapa, onde a pesquisa, a coleta e dados e a definição do público alvo são estruturados a partir de entrevistas com os mesmos. Da mesma forma, pra que cada etapa seja concluída e possa seguir para a próxima, o usuário entra em cena colaborando, até que se alcance o resultado final.

Nesse sentido, nota-se que a importância da presença do usuário nas etapas do processo de criação e produção aparece de maneira tardia, em relação às metodologias de projetos anteriores habitualmente inseridas na grade curricular dos cursos da área de projeto, como design.

Figura 07: Síntese das metodologias

<b>MORRIS ASIMOW</b> 1962	<b>USUÁRIO COMO CONSUMIDOR E AVALIADOR</b>
<b>JOHN CRIS JONES</b> 1970	<b>USUÁRIO COMO CONSUMIDOR E AVALIADOR</b>
<b>BERND LÖBACH</b> 1976	<b>USUÁRIO COMO CONSUMIDOR E AVALIADOR</b>
<b>BRUNO MUNARI</b> 1981	<b>USUÁRIO COMO CONSUMIDOR E AVALIADOR</b>
<b>TIM BROWN</b> 2010	<b>USUÁRIO PRESENTE COMO AGENTE INFORMATIVO E DE TESTES NAS ETAPAS DE CRIAÇÃO E CONSUMO</b>

Fonte: A autora (2020)

#### **4. A participação dos usuários nas etapas de projeto, produção e consumo no período contemporâneo.**

Com os estudos referentes a transição do trabalho artesanal à produção manufaturada, também despontaram análises sobre o papel que o usuário tem nas etapas de projeto, produção e consumo do produto.

Nos primórdios da Revolução Industrial surgiram escolas de design europeias que buscavam aliar a arte e o fazer manual à indústria, propondo mobiliários com maior qualidade estética e funcional, diferente do que a produção manufaturada propunha. Assim sendo a figura do profissional – designer industrial – desponta dentro das fábricas, atuando na criação, na escolha de materiais, na linha de produção, como também na logística dos produtos.

Com o crescimento da produção industrial e a expansão da urbanização, o trabalhador assalariado se torna um grande consumidor dos produtos manufaturados, que são produzidos em maior escala para atender a demanda da época. Neste sentido notamos que o usuário é visto sempre como um consumidor passivo, que busca no produto algo que supra suas necessidades e que seja funcional.

Porém, no período contemporâneo o consumidor busca por produtos que, além de cumprirem suas funções primordiais, atinjam também suas relações sensoriais, que conversem com as suas emoções, estejam de acordo com o seu estilo de vida e com o status que desejam transmitir.

Além do consumidor que é atraído pelas marcas e pelo que elas estimulam, temos também os usuários que constroem e montam seus próprios artefatos. Estes são motivados seja pelo fazer manualmente, seja pelo fator econômico, pela personalização, entre outros requisitos, que fazem com o que os usuários se apoiem em instruções de “faça você mesmo”.

Existem também os consumidores que criam seu próprio produto a partir de sua própria bagagem de conhecimento, através de técnicas muitas vezes passadas de geração em geração, como um saber familiar, e dessa forma conseguem criar, produzir e montar seus próprios artefatos. Nesse sentido podemos encontrar projetos em que profissionais que se alinham aos produtores e, em conjunto, desenvolvem produtos mais rentáveis e funcionais.

Sendo assim, a presença do usuário na criação, na produção e na busca por um consumo baseado em experiências, vem traduzindo o consumidor contemporâneo através de suas motivações, seus desejos e seus traços de personalidade.

## **4.1 Consumo: Experiência do usuário**

### **4.1.1 Do marketing tradicional ao marketing de experiência**

O autor Schmitt (2002), alega que “estamos no meio de uma revolução. Uma revolução que vai tornar obsoleto os princípios e modelos do marketing tradicional”. Neste contexto, fica claro que o marketing está inserido em um período de transição e que as características que definiam o antigo modo de negociação e venda, dará lugar a experiência do usuário durante o consumo e pós venda.

Os atributos sob os quais se fundamentava o marketing tradicional, incluíam as características funcionais e os benefícios do produto. Sendo assim, entendia-se que o consumidor optaria pelo que houvesse mais características avaliadas como funcionais agregadas ao produto (SCHMITT, 2002).

A fabricação de um produto que apresenta funcionalidade e supre as necessidades através do benefício proposto, está relacionada à visão de projeto exibida na metodologia do designer Bernd Lobach (1976), onde a partir da análise do problema e da experiência do projetista, se alcança a solução.

A ascensão do marketing experimental é apontada no momento em que o usuário não se satisfaz somente com a qualidade funcional, visto que essa característica é fundamental e normal em qualquer produto. Portanto o que o atrai o cliente é a comunicação, a marca e as campanhas de marketing que afetam diretamente o emocional e possam concordar com o estilo de vida de cada consumidor (SCHMITT, 2002).

O autor Schmitt (2002) contrasta o marketing tradicional do marketing experimental da seguinte forma:

O marketing experimental é diferente do marketing tradicional de quatro formas: concentra-se nas experiências do consumidor, considera o consumo uma experiência holística, reconhece o direcionamento racional e emocional do consumo, e utiliza metodologias ecléticas (SCHMITT, 2002, p.45).

Atualmente, os consumidores que antes se satisfaziam com a compra dos produtos que supriam as necessidades humanas, hoje procuram por marcas que possam oferecer, além do funcionalismo, um conceito simbólico, enfatizando a experiência, promovendo sensações e trazendo identidade ao consumidor (SCHMITT, 2002).

Os consumidores contemporâneos buscam por uma identidade com a marca, algo que faça com que o usuário se sinta pertencente através da conexão da empresa com o seu modo

de vida. Nesse sentido o consumidor busca por marcas que sejam compatíveis com seus valores pessoais e emocionais (ROBALO, 2016).

Mediante o exposto, o marketing experimental se diferencia do marketing tradicional através da busca pela aproximação com o consumidor. Este estilo de venda traz uma evolução nos conceitos de marketing em razão da sociedade ligada às marcas. Sendo assim, a experiência vem através da comunicação da marca e dos produtos, buscando um alinhamento mais estreito e direcionado com público alvo, diferenciando-se dos concorrentes através das vivências propostas em par com os consumidores.

O marketing experimental se conecta com a experiência do consumidor, apontando para o foco emocional, participativo e identitário, assim como a metodologia do *Design Thinking* do autor Tim Brown (2009). Essa proposta coloca os consumidores em evidência atraindo um público concentrado, dessa forma o negócio se torna mais sólido e rentável. Quando o usuário se identifica com a marca, que concorda com o estilo de vida do consumidor, o mesmo torna-se um cliente permanente.

Em vista disso, existem diversas formas de propor experiência através de uma marca, não havendo a necessidade do ato da compra de um produto. Isto é, a experiência pode acontecer através de eventos, de lugares ou a partir de aromas, por exemplo. Desse modo, as marcas devem explorar a criatividade e entender o que o público alvo gostaria de vivenciar.

#### **4.1.2 Estudo de Caso: Ikea**

A marca sueca Ikea foi fundada em 1943 por Ingvar Kamprad. As primeiras produções foram feitas em fábricas locais e, com a grande aceitação do público despontou a ideia de uma produção em grande escala. Em 1951, a empresa se estruturou a partir da produção de móveis vendidos a baixo custo por encomendas através de catálogos, e logo após concretizou-se a abertura de um showroom (BERTOLINI, 2011).

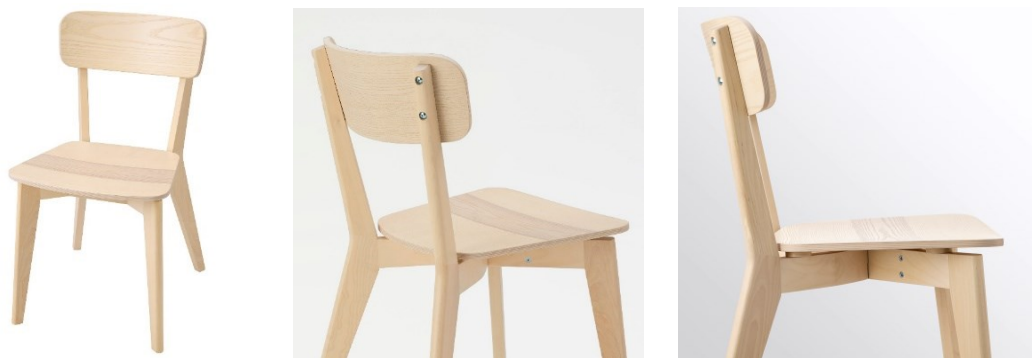
No ano de 1958 inaugurou-se a primeira Loja Ikea na Suécia, não mais como um showroom, mas como um canal de vendas. Neste contexto, estruturaram-se os pilares que sustentam a marca, sendo eles: o propósito de fornecimento de objetos munidos de qualidade, sustentáveis, com aspectos de uso funcionais, com design atrativo e com os preços baixos para que quaisquer pessoas possam comprar, referindo-se ao “design democrático” (IKEA, 2020).



Grande porção dos mobiliários vendidos pela Ikea surgem a partir das criações de designers que trabalham na sede da empresa. Para que o projeto seja aceito deve-se cumprir uma série de critérios, tais como: “disponibilidade de matéria prima, possibilidade de produção, espaço nos depósitos, transporte, desmontabilidade, da embalagem em caixas planas, impacto ambiental e qualidade”. Ainda neste cenário, a Ikea valoriza a ideia do conceito de design escandinavo, que enfatiza a madeira natural, linhas simples e contemporâneas e visão de conforto (BERTOLINI, 2011).

A cadeira Lisabo é uma das peças que compõe o catálogo de móveis da loja Ikea. A peça foi escolhida para aclarar sobre a descrição acima, enfatizando o desenho com linhas simples e contemporâneo, uso da madeira natural, possibilidade de montagem e desmontagem, entre outros aspectos necessários para validar sua produção.

Figura 08: Cadeira Lisabo

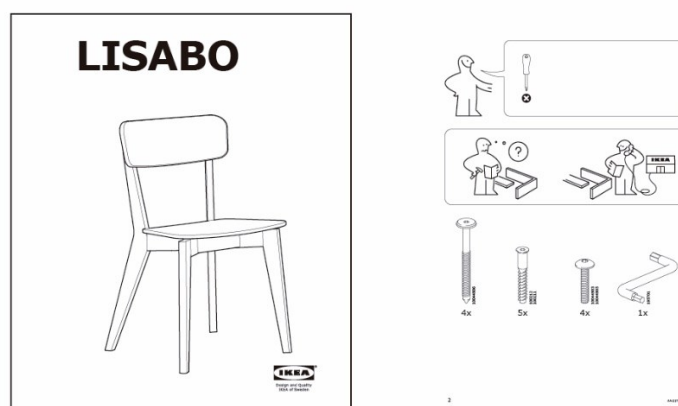


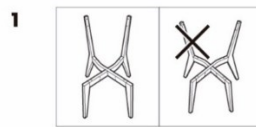
Designer: K Hagberg/M Hagberg

Fonte: [www.ikea.com](http://www.ikea.com)

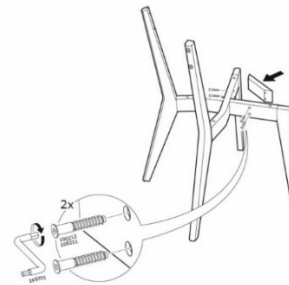
E abaixo segue o manual com instruções de montagem da cadeira Lisabo obtidas do site a loja Ikea Portugal:

Figura 09: Manual de Montagem - Lisabo





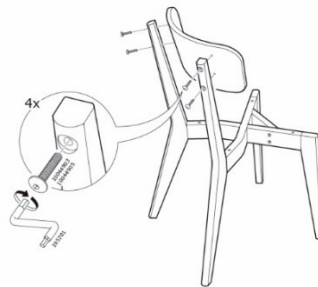
**2**



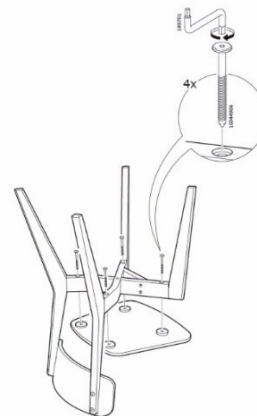
4 3

AK-2714602-1

**3**



**4**



6

AK-2714602-2

**5**



5

**LISABO**



7

Fonte: [www.ikea.com](http://www.ikea.com)

A cadeira Lisabo necessita somente de uma chave para a instalação dos parafusos, a qual está inclusa na embalagem do produto. Com isso despontam questões relacionadas ao acesso e solicitação do serviço de montagem disponível na loja. Neste caso, a construção do mobiliário atingirá as expectativas do consumidor. Porém quando o usuário procura por um mobiliário mais elaborado, a enfatizada viabilidade de montagem em casa pelo próprio consumidor, muitas vezes poderá ser frustrada. Isto é, o usuário pode se deparar com um manual contendo diversos utensílios que serão utilizados para a montagem, que o mesmo não possui (parafusadeira, martelo, et.). Sendo assim, o serviço de montagem é acionado, o que pode afetar a conexão afetiva entre marca e cliente.

Sobre o espaço físico, as lojas são pensadas e estruturadas de maneira estratégica para entreter os consumidores. Em suma, são montados ambientes espalhados pelo espaço compostos por produtos próprios, simulando cômodos de casas reais, o que atrai o consumidor e faz com que o mesmo esteja por mais tempo dentro da loja, favorecendo a venda em autoserviço e somando tempo de experimentação. O trajeto desenhado pela Ikea para que os clientes cheguem até o balcão do caixa, sujeita o cliente a transitar pela loja toda (BERTOLINI, 2011).

Na loja Ikea, além dos espaços atrativos locados em pontos estratégicos, a empresa incentiva o cliente a efetuar as suas compras de maneira livre, direcionando a circulação e expondo os objetos decorativos, mobiliários, entre outros produtos, com fácil acesso para que o mesmo possa pega-lo. Além disso, a empresa oferece lápis, fita métrica e papel, para que o cliente consiga, de forma emancipada, escolher aquilo que melhor se enquadra no seu espaço.

Em resumo, os mobiliários produzidos pela loja Ikea e o seu espaço físico, são fundamentados no marketing de experiência com princípios vinculados a participação do consumidor na comunicação e identificação marca x usuário, na liberdade criativa e de experimentação no ato da compra e no sistema de montagem, onde o próprio consumidor, seguindo as instruções, consegue montar seu móvel.

Assim como outras marcas do mercado, a marca Ikea possibilita a aproximação e a participação ativa do consumidor final, que se identifica com a marca e suas características e busca nelas a sua própria identidade, o que não o traduz em um mero usuário passivo como no marketing tradicional.

## 4.2 Produção: Produtor + Consumidor = Prossumidor (*Producer + Consumer = Prosumer*)

### 4.2.1 A figura do *Prosumer* aliada ao movimento *Do it Yourself*

Neste novo cenário nota-se a existência de uma figura híbrida, conferida pela fusão entre o produtor e consumidor, sendo denominada *prosumer* (prossumidor). Neste momento a figura do produtor é substituída pelo próprio consumidor final, o qual produz aquilo que consome, ou consome aquilo que só é possível a partir do papel de co-protagonista, sendo um exercício entre designer e usuário (BASSI, 2017).

Figura 10: Hibridismo do Produtor e Consumidor



Fonte: Imagem autoral, baseada em Bassi (2017)

No passado, o consumidor era visto como objeto de análise e alvo de estratégias de marketing, nesta nova etapa o consumidor interage lado a lado com o designer. Dessa forma não importa somente qual é o papel do designer na sociedade, mas também qual é o atual papel do consumidor e a sua relação com o processo de criação, projeto e consumo (BROWN 2010).

Segundo o autor Alvin Toffler, a “Terceira Onda”<sup>2</sup> citada em seu livro, descreve os novos trabalhadores como menos pré-programados e mais criativos, almejando por trabalhos

---

<sup>2</sup> “Terceira Onda” Toffler 1980: A “primeira onda” se refere a invenção da agricultura e, com isso, a formação de cidades e civilizações, por dispensarem a caça e coleta e se voltarem para as plantações e criações

que traduzem significado e individualidade. Dessa maneira, a “Terceira Onda” vem acompanhada por um aumento de atividades de autoajuda e com grande fomento sobre o tema “Faça-você-mesmo”, intitulando este novo produtor e consumidor de Prosumidor (TOFFLER, 1980).

O prosumidor produz de acordo com suas habilidades naturais, vinculado ao produzir manualmente e ao aplicar sua própria personalidade ao objeto fabricado. Sendo assim, o usuário estabelece o seu modo de uso do produto, de acordo com o seu estilo de vida. Portanto, a sociedade é descrita pela produção dos consumidores e não pelos produtos gerados pela indústria (BASSI, 2017).

Por certo, o consumo se aloca na personalização e na participação do usuário no ato de produzir, para posteriormente consumir. Diante disso, surge a presença do designer instruindo o usuário na fabricação e montagem do produto, direcionando o mesmo a partir dos conceitos inseridos no termo *DIY*.

Sobre o movimento *do it yourself*, o mesmo se consolidou na década de 1950, fundamentado na escassez de recursos materiais, em questões econômicas e na falta de mão de obra no entre e no pós guerra. A cultura “faça-você-mesmo” resultou a partir de uma busca coletiva com o intuito de criar uma realidade favorável, a qual pudesse satisfazer as necessidades das pessoas, considerando suas capacidades para produção dos artefatos. (DE OLIVEIRA; SAKURAI 2018,)

No ano de 1970 a recessão econômica mundial causada pela crise do petróleo fez com que as pessoas não especializadas em design se atraíssem e buscassem o DIY para além de suprir as necessidades, também caminhar em direção a democratização do consumo a favor da contracultura e dos movimentos anticapitalistas. (DE OLIVEIRA; SAKURAI, 2018)

O discurso do designer Victor Papanek, descrito por suas visões críticas, engloba o tema *DIY* com embasamento no design centrado no usuário juntamente com a personalização, despontando termos inseridos no design contemporâneo. Tais conceitos,

---

de animais. A “segunda onda” diz respeito à indústria no século XVII. E a “terceira onda” faz alusão à era da informação, a partir dos anos 50 (TOFFLER, 1980).

contemplados nesta pesquisa, visam a inserção do usuário na participação da produção do objeto.

O ato de “projetar” se fundamenta em avaliar as situações e buscar soluções pertinentes viabilizadas através do trabalho do profissional de design. Sobre tais competências Papanek, no livro “Arquitetura e Design. Ecologia e Ética” (2007), busca esclarecer sobre o papel do designer e todo o seu know-how através de sete pontos. São eles:

1. Aptidão para investigar, organizar e inovar;
2. Dom para descobrir as respostas adequadas;
3. Habilidade para testar as respostas através de experimentações, modelos computadorizados, protótipos ou séries reais;
4. Prática para transmitir esses desenvolvimentos através de desenhos, modelos, simulações ou através de relatórios verbais;
5. Talento para combinar as considerações técnicas da forma criada com a preocupação com fatores sociais e humanos, com harmonia estética;
6. Sabedoria para prever consequências ambientais, ecológicas, econômicas e políticas provocadas pelo design;
7. Capacidade de trabalhar com pessoas de muitas culturas e áreas diferentes (PAPANEK, 2007).

Entende-se portanto, que o designer tem sua atuação direcionada a avaliação e a solução de problemas relacionados às complicações humanas, sociais e ambientais.

O designer Victor Papanek (1972), salienta que:

Todos os homens são designers. Tudo o que fazemos, quase o tempo todo é design, pois o design é básico para toda a atividade humana. O planejamento e padronização de qualquer ato em direção a um fim desejado constitui o processo de design. Qualquer tentativa de separar o design, para torna-lo uma coisa por si, contraria o fato de que o design é a principal matriz subjacente da vida” (PAPANEK, 1972, p.3)

O conceito *do it yourself* tem como característica a aproximação das pessoas ao processo de design, pois por mais que o mundo disponha dos mais diversos objetos, o indivíduo busca por produtos personalizáveis, com traços de afetividade e que sejam contidos de identidade pessoal, análogos ao estilo de vida do consumidor. Dessa maneira o *DIY* se torna mais eficaz na aceitação e na usabilidade dos produtos, pois ao contrário do usuário se adaptar ao produto pronto e fabricado em série, ele poderá criar um produto que se adapte a si próprio, sob medida. A experiência do usuário na produção do produto e na adaptação às

próprias necessidades, faz com que o mesmo se sinta satisfeito com o produto e não sinta a ânsia pela substituição do objeto por outro (NUNES, 2010).

Com isso, o conceito de projeto *DIY* se baseia na análise e na busca por soluções de problemas sociais, que possam ser resolvidas pelos próprios usuários. Dessa forma o profissional projeta um objeto pensando na melhor maneira do mesmo ser fabricado e montado pelo consumidor.

Assim sendo a participação do designer na criação do mobiliário com o olhar voltado às questões sociais, como o acesso ao material e a facilidade na fabricação e montagem é de extrema importância, pois é nesta etapa que o projetista insere todo seu saber e sua bagagem de conhecimento a favor da sociedade, criando possibilidade para as pessoas resolverem seus problemas, de acordo com as necessidades analisadas.

#### **4.2.2 Estudo de caso: O trabalho do designer Victor Papanek e o livro “Nomadic Furniture” dos autores Papanek, Hennessey (1973)**

Designer, professor e autor, Victor J. Papanek (1923-1998) nasceu na cidade de Viena, na Áustria em 1923. Nos anos de 1939, o mesmo emigrou para os Estados Unidos da América, onde cursou design e arquitetura (PAPANЕК.org, 2020).

Em sua trajetória, Victor Papanek estudou com Frank Lloyd Wright no final da década de 1940, se formou na Cooper Union em Nova York e, posteriormente, realizou sua pós-graduação em design no Instituto de Tecnologia de Massachusetts, no ano de 1955. (PAPANЕК.org, 2020)

Papanek se tornou grande seguidor e aliado de Buckminster Fuller, o qual escreveu o prefácio para a primeira edição em inglês do livro *Design para o Mundo Real: Ecologia humana e mudanças sociais* (1971). O livro portava ideias inovadoras e visões críticas sobre a cultura no período contemporâneo, o que gerava desconforto e divisões na comunidade do design. No entanto a polêmica ocasionada, se tornou um grande sucesso. O livro foi traduzido em mais de 20 línguas e desponta como um dos livros mais lidos sobre design (PAPANЕК.org, 2020).

O designer Victor Papanek se posicionava a favor dos princípios direcionados a responsabilidade ecológica e social, realizando projetos colaborativos com a UNESCO e a OMS

(Organização Mundial da Saúde). Para ele o design não se tratava somente da criação e concepção de produtos, mas como ferramenta política e de colaboração nos países em desenvolvimento e nas comunidades periféricas da Europa e dos Estados Unidos da América. (PAPANEEK.org, 2020)

Papanek teve seu trabalho baseado em temas que discorriam sobre a responsabilidade do designer perante diversos problemas, sendo eles sociais, morais e éticos, além de questões referentes a sustentabilidade e a ecologia, através de processos sistêmicos centrados no design. Em suma, Papanek se direcionava ao design como agente envolvido em problemas sociais, políticos, ecológicos e ambientais (KRIES, et al., 2018).

Na sua obra intitulada “Design para o Mundo Real: Ecologia humana e mudança social”, Papanek traz um apelo ao design industrial, descrevendo a responsabilidade social do profissional, a partir de críticas ao consumismo e a destruição ambiental imposta pelo design (KRIES, et al., 2018).

Papanek tinha como ideia principal a centralização do usuário na prática do design. Neste cenário, desponta a ideia de um modelo de design que pudesse servir uma sociedade atendendo as necessidades dos socialmente excluídos, ao invés de um que priorizasse o capitalismo e os designers individualistas, os quais trabalham em uma lógica de mercado direcionada ao aumento de produção e diversidade de produtos a todo custo (KRIES, et al., 2018).

Em 1940, o designer criou a “Clínica de Design”, que tinha como principal objetivo o de sanar os problemas da vida contemporânea, através da produção de mobiliários de baixo custo. O sentido era criar móveis que pudessem se adaptar aos novos modelos de moradias e estilos de vida, que pudessem ser montados e desmontados com facilidade e o tivesse a possibilidade de serem personalizáveis (KRIES, et al., 2018).

Em 1973 o Centro Internacional de Design em Berlim, produziu uma exposição intitulada “*Design it Yourself – Móveis para a vida Básica*”, que era composta por desenhos do designer Victor Papanek. A mostra regada as estéticas autênticas do design “faça você mesmo”, instigou a padronização da fabricação em série, propondo maior democratização do design para a sociedade (KRIES, et al., 2018).

Através de tecnologias de baixo impacto, escolha de materiais e ferramentas simples, além das instruções básicas, abriu-se espaço para auto capacitação, como também citada por



Bonsiepe “humanismo projetual”, onde a sociedade pudesse desenvolver seu próprio mobiliário, sem depender da indústria e podendo propor algo que pudesse ser funcional e personalizado.

Neste ano de 1973 Papanek e Hennessey publicaram o primeiro livro “Nomadic Furniture” e no ano seguinte a edição número 2, os quais são estruturados através de projetos guiados pelos princípios do “faça você mesmo”, propondo mobiliários que se adequem a vida transitória, com fácil montagem, desmontagem, transporte e estocagem (KRIES, et al., 2018).

O livro *“Nomadic Furniture 1: Como construir e onde comprar móveis leves que dobram, desmoronam, empilham, derrubam, inflam ou podem ser jogados fora e reciclados”* (1973) dos autores Vitor Papanek e James Hennessey, tem como embasamento a participação do usuário na fabricação e montagem de produtos, a partir do projeto descrito pelo profissional de design.

Neste cenário, os autores buscaram criar um exemplar que pudesse fornecer informações para usuários com estilo de vida “nômade”, para que os mesmos pudessem comprar e fabricar sua própria mobília, através de materiais fáceis de encontrar, métodos simples de montagem e desmontagem, além de preços acessíveis. Ressaltando que a obra não se trata de um livro de design, mas sim um material de apoio ao usuário, estruturado através de ilustrações e tipografia manuscrita, o que aproxima mais o consumidor e traduz o conceito “faça-você-mesmo”.

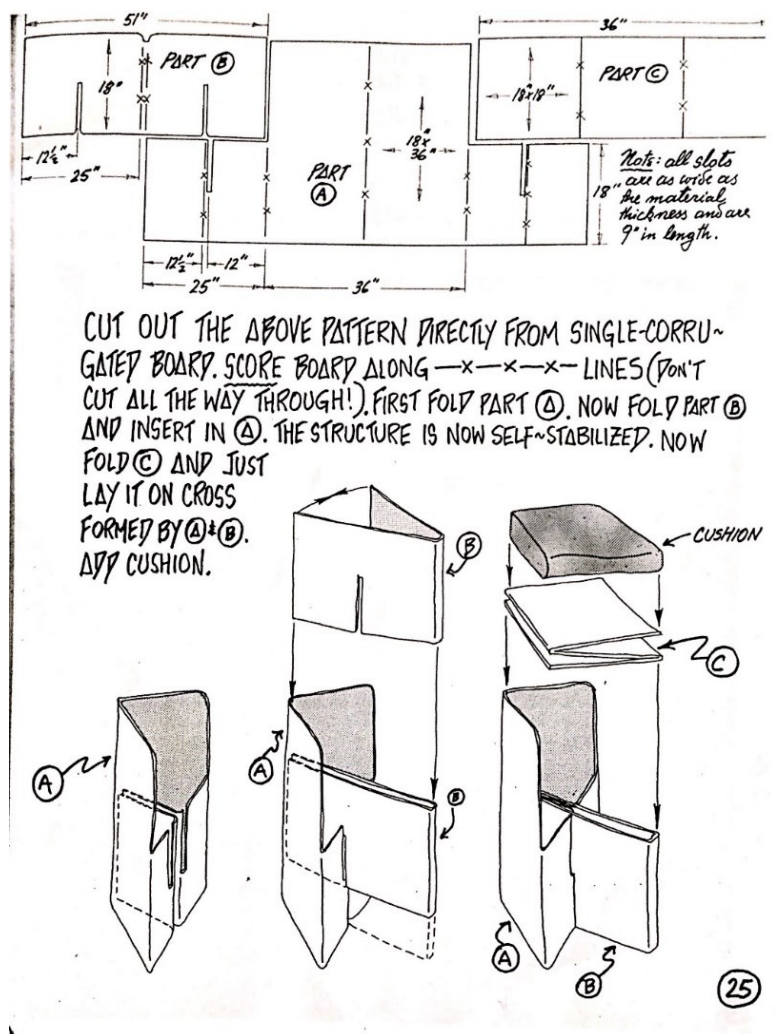
Ele foi dividido em onze capítulos, sendo o primeiro uma introdução, o segundo sobre a ergonomia humana, do terceiro ao oitavo sobre objetos para diferentes usos, o capítulo número nove descreve sobre o ato de criar o livro e as expectativas futuras, o dez sobre os materiais e medidas utilizadas e o último é configurado a partir de folhas em branco para anotações do próprio leitor.

A partir de dados obtidos pelos autores em pesquisas, foi possível afirmar que em média os americanos mudam-se a cada dois a três anos, porém o grande problema se baseia na obtenção de mobília. Por mais que existam livros sobre como produzir e onde comprar seu mobiliário, nenhum deles explana sobre mobiliários que também possam ser dobrados, insuflados, empilhados ou até mesmo serem descartáveis, com responsabilidade ecológica.

Neste cenário, a solução encontrada pelos autores, foi a criação de um catálogo de móveis que possam ser construídos facilmente pelo usuário, com instruções sobre o uso de materiais corretos e manual de montagem.

Dessa forma, as ilustrações guiam o usuário/leitor para a produção, apresentadas de acordo com as imagens 11, 12, 13, 14 e 15:

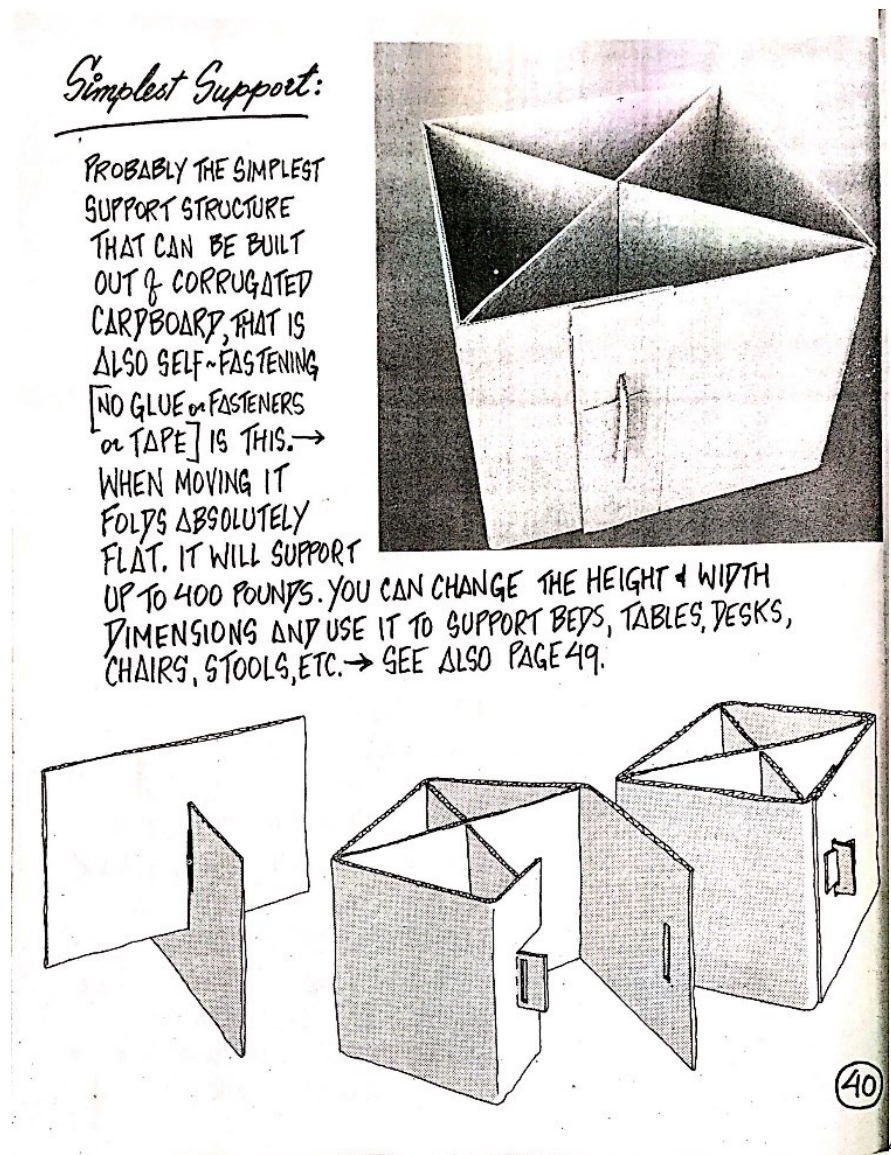
Figura 11: Recorte no Papelão



Fonte: PAPANÉK, HENNESSEY (1973) Pág.25

<sup>3</sup> Tradução pela autora: Todas as ranhuras são tão largas quanto a espessura do material e têm 9" de comprimento. Recorte o padrão acima diretamente do papelão ondulado simples. Corte ao longo da borda (não corte completamente). Primeiro dobre a parte "a". Agora dobre a parte "b" e insira em "a". A estrutura já está auto estabilizada. Agora sobre a parte "c" e coloque-a na cruz formada por "a" e "b". Adicione almofada.

Figura 12: Instruções para montagem



Fonte: PAPANÉK, HENNESSEY (1973) Pág.25

<sup>4</sup> Tradução pela autora (Figura 5): Provavelmente a mais simples estrutura de suporte que podemos construir no papelão ondulado, que também é auto fixável (sem o uso de fixadores, cola ou fita) é esta. Ao move-lo ele se dobra absolutamente e pode suportar até 400 libras. Você pode mudar as dimensões como altura e largura e usa-lo para suportar camas, mesas, mesas de trabalho, cadeiras, bancos, entre outros.

Figura 14: Chapa de Compensado para Recorte

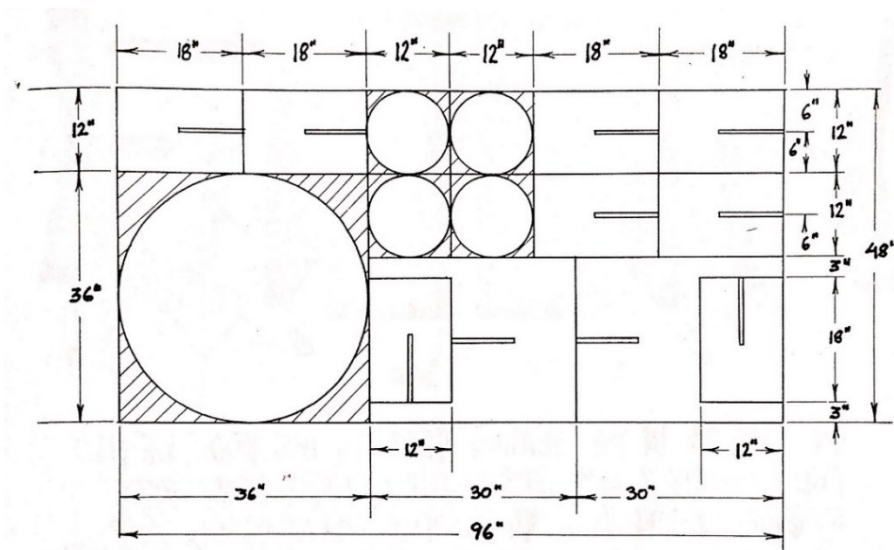
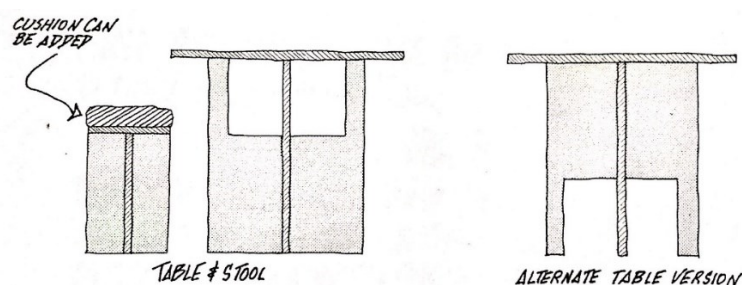


Figura 15: Aplicação do recorte e montagem



52

livro dará início a trabalhos similares por outras pessoas” (PAPANEK; HENNESSEY, 1973, p. 133), não se correlaciona com as próximas edições destes mesmos autores, mas em como o público agirá e quais novos modos de demonstração do *do it yourself* serão propostas por outros profissionais.

Assim sendo, os projetistas desenvolveram um material de auxílio que tem como função apoiar os usuários “nômades” ou consumidores a produzirem e montarem seus próprios móveis. Em resumo, os profissionais utilizaram a experiência e o conhecimento em desenho de produto, como contribuição para solução de problemas sociais.

### **4.3 Projeto: Designer aliado ao consumidor**

#### **4.3.1 Designer Especialista x Designer Difuso**

O autor Ezio Manzini salienta que o design está relacionado diretamente com o “dar sentido as coisas”, exercendo a função primordial de produtor de sentidos. Nesta perspectiva, o profissional de design contribui para a construção de sentido, gerando qualidade, valor e beleza (MANZINI, 2017).

Atualmente o termo design está relacionado à mudança de atitude sistêmica, a conscientização social e a busca pela sustentabilidade. O foco do design se distanciou do pensamento direto no “objeto” e se orientou para “formas de pensar e fazer”, onde a abordagem sobre o ser humano e questões sociais evidenciam-se quanto a conteúdos relacionados a processo de produtos (MANZINI, 2016).

O autor Ezio Manzini (2016) em seu artigo “*Design culture and dialogic design*”, descreve o design emergente com embasamento na solução de problemas, onde a principal característica não é a orientação aos produtos e artefatos, mas as ferramentas e métodos utilizados para a produção, abordando questões ambientais, sociais e econômicas. O design emergente se guia acordando com uma abordagem direcionada ao ser humano, visando projetos que tem como característica o *co-design*, envolvendo os profissionais em design, outros exemplos de especialistas e a figura do consumidor final.

Assim como o design emergente, o perfil dos consumidores contemporâneos caracteriza-se por serem atentos aos produtos e aos modos de produção, despontando visões críticas, buscando produtos que representem sua própria identidade, que seja feito sob medida e personalizado (BASSI, 2017). O fato de possuir algo traz sentido a própria identidade,

assim os objetos se fundem aos usuários e eles passam a “serem o que possuem” (FAGGIANI, 2006).

Neste cenário, Faggiani afirma:

O comportamento do consumidor também é influenciado por fatores sociais como grupos de referência, família, papéis e posições sociais. (...) O conceito de si próprio faz com que este se contemple através da visão de outras pessoas e, desta forma, aja levando em conta os comportamentos, sentimentos e atitudes das pessoas que toma como referência, já que se deixa influenciar para integrar o ficar bem com o grupo (FAGGIANI, 2006, p.20)

Com a globalização, o acesso a inúmeras informações, tecnologias e a disseminação do termo, muitos se denominam “designers” e saem fazendo “design”. Porém é importante salientar que para se intitular designer é necessária a formação profissional, experiência e conhecimento atribuídos a diversos fatores como ergonomia, conceituação, eco design, conhecer o processo de produção, saber analisar as necessidades sociais e a utilização de materiais corretos, além de obter visão crítica sobre os produtos e sobre o impacto dos mesmos na sociedade e no meio ambiente (FAGGIANI, 2006).

Neste cenário sobrevém o significado da conceituação de “design especialista”, que diz respeito não somente ao profissional munido de ferramentas e metodologias, mas também provido de um senso de análise crítica e reflexões teóricas sobre os padrões de qualidade que podem vir a se materializar em soluções viáveis, para a resolução de um problema sociotécnico local. O designer especialista é portador da “Cultura do Design”, a qual compreende o conhecimento, valores, visões e critérios oriundos de estudos, vivências, pesquisas e demais veículos de acesso à informação (THOMEIO, et al., 2018)

O método de projeto e produção estão presentes no cotidiano das pessoas, sendo observados nas atividades naturais do ser humano e, portanto, o designer deve atuar na difusão específica do método. Sendo assim o papel do profissional é transmitir seu conhecimento e deixa-lo ao alcance da população para que seja utilizado a fim de gerar uma produção acessível. Fazer design é uma capacidade difusa, porém pode vir a ocorrer de maneira inadequada.

Diante dessa contradição entre a realidade que requer que todos os sujeitos sejam mais orientados ao design e a dificuldade desses de o serem de forma adequada, especialistas em design entram em ação. Falamos daqueles especialistas cujo campo de interesse, de pesquisa ou de trabalho é a prática e a cultura do design. Eles podem funcionar como atores sociais que, graças as ferramentas culturais e operacionais das quais dispõem, conseguem alimentar e apoiar os processos de design nos quais todos nós, especialistas e não especialistas, estamos envolvidos (MANZINI, 2017).

Neste cenário surgem os princípios de “Design Difuso” e “Design Especializado”, os quais se distinguem, sendo o primeiro relacionado a prática, vinculado a capacidade natural humana de projetar, e o segundo se refere ao designer formado para atuar profissionalmente, incumbido de ser dotado de habilidades específicas de design e a sua cultura (MANZINI, 2017).

Sendo o design uma atividade social e com o objetivo de mudar a qualidade de vida das pessoas, são necessárias respostas perante necessidades técnicas, funcionais e culturais, solucionadas a partir de inovações nos quesitos de significado e emoção. Dessa maneira o designer precisa ser capaz de articular informações através de uma linguagem capaz de ser entendida por todos os envolvidos no processo de projeto. Sendo assim, o profissional em design (designer especialista) tem como função primordial a de combinar suas capacidades técnicas e interdisciplinares, em colaboração estratégica para o desenvolvimento de relações de *co-design* (MACEDO; VAN DER LINDEN, 2019).

Diante disso, é notório que o designer especialista necessite de um direcionamento correto ao lidar com o designer difuso, sendo necessário estar sempre atento à linguagem que será utilizada, de maneira com que o sujeito entenda com clareza e possa trabalhar em conjunto com o profissional para a produção de objetos. Logo, os artistas poderão aliar as necessidades sociais, adaptando os materiais e as técnicas de produção, através do *co-design*.

#### **4.3.2 Estudo de Caso: Unilabor - A atuação do designer Geraldo de Barros e a coparticipação do operariado**

A história do mobiliário moderno no Brasil teve seu auge nos icônicos anos 1950 e 1960, tendo grande volume de produção e a inserção da fabricação industrial. Com a paralisação das importações o aumento da produção local se expandiu para atender as necessidades da sociedade em crescimento. (TEIXEIRA, 1996).

Com base fundamentada nas referências modernistas europeias, parte do design dos anos 1950 no Brasil buscava, através da produção em série industrial e da tecnologia, atender as necessidades sociais e propor mobiliário com funcionalidade. Em vista disso, o tema “design difuso” e “design especializado” se faz presente em trabalhos desta década.

Neste contexto, em agosto 1954 na cidade de São Paulo, foi idealizada a fábrica de móveis denominada Unilabor, pelo artista Geraldo de Barros e pelo Frei João Batista Pereira dos Santos, local onde se estendeu até o ano de 1967. A Experiência Unilabor se estruturava

a partir de uma abordagem voltada para a cooperação comunitária, onde se trabalhava a favor da libertação e desalienação dos operários (CLARO, 2004).

O objetivo da Experiência Unilabor era a criação de uma comunidade operária fundamentada na ajuda recíproca, cooperativa e colaborativa, com o intuito de alcançar um lugar no mercado de trabalho. Além do desenvolvimento financeiro, O Frei João Batista buscava também o desenvolvimento espiritual, afim de enfatizar a liberdade e a busca individual de ideais a partir do conhecimento adquirido na comunidade (THOMEIO, et al., 2018).

#### Sobre a comunidade Unilabor:

Entende-se que o projeto da Comunidade Unilabor insere-se numa ótica humanista-cristã e é racionalmente substantivo na medida em que pretendeu desenvolver uma maneira de dirigir os ganhos próprios à eficiência industrial para uma melhoria específica na vida do operariado pelo modo de conduzir e executar seu trabalho, permitindo-lhe participar da escolha dos objetivos e procedimentos, além de torná-lo coproprietário do produto final e, portanto, dos lucros com ele obtidos. Tal projeto viu um avanço técnico, conduzido pelos próprios trabalhadores de forma coletiva e tendo em vista as necessidades da comunidade, uma forma de liberação dos limites explorativos dentro dos quais se dá o trabalho sob o capital e viu, por outro lado, no trabalho artístico incorporado tanto à produção como aos objetos do cotidiano, outra maneira de ampliar a desalienação abrindo novos horizontes culturais ao operário e à sua família, pensados então como seres humanos e não como mão-de-obra. (CLARO, 2004, p.50)

Com a evolução da produção industrial munida de produtos fabricados em série, a Unilabor se dedicou reeducar os trabalhadores para que pudessem se inserir nesta nova realidade. A produção de móveis era feita de modo coletivo, sendo assim, semanalmente eram realizadas reuniões para tratar sobre o funcionamento da fábrica, sobre os projetos das peças dos produtos, etc. (CLARO, 2004).

A participação do operariado e o artista Geraldo de Barros era mutua, nesse sentido eram estudados desde temas sobre história da arte, até noções de desenho industrial. Dessa forma era possível aliar a produção manual artesanal, ao novo processo produtivo oriundo da inovação tecnológica industrial. Neste cenário a colaboração do operariado era notada desde o processo criativo, produtivo e de logística (CLARO, 2004).

A partir das técnicas e habilidades naturais dos marceneiros, presentes na gama do operariado, produzindo em comunhão com a racionalização da indústria, tornou-se necessária a revisão dos desenhos dos mobiliários. Desse modo compreendeu-se que para facilitar a produção em série e a montagem, as alterações cabíveis seguiam para uma mobília



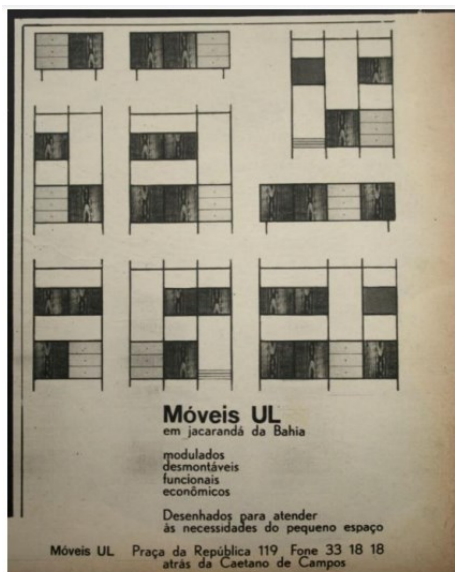
simples e racional, desenvolvidos em coparticipação com o designer Geraldo de Barros (CLARO, 2004).

Assim sendo desenvolveram peças intercambiáveis, as quais eram compatíveis com a maioria da mobília disposta nos catálogos da empresa. A partir de desenhos simples, o objetivo de propor uma otimização na produção foi alcançado, além de possibilitar a flexibilidade tanto na venda quanto na produção (CLARO, 2004).

Os móveis da Unilabor eram configurados com base em uma padronização nos sistemas de produção denominado Padrão UL. O mesmo propunha critérios que guiavam a fabricação de móveis fundamentados em modulações e combinações de peças através de encaixes mútuos, com desenhos que seguiam padrões de largura, altura e profundidade. Com esta flexibilidade de montagem e um catálogo para a escolha das peças, os próprios consumidores podiam escolher qual mobília melhor se enquadraria no seu ambiente (CLARO, 2004). Sobre o Padrão UL, Claro (2004) elucida:

O Padrão UL, que sintetizava as possibilidades de escolha do tipo de montagem do móvel por parte do comprador, e expressava uma organização em módulos de produção, chamados conjuntos e subconjuntos – nada mais que arranjos de componentes padronizados de diferentes peças, podendo ser combinados de diferentes maneiras –, que possibilitavam essa flexibilidade tanto na venda quanto na própria produção. A produção não estava voltada para uma peça acabada individualmente, mas sim para conjuntos e subconjuntos citados. (CLARO, 2004, p.104)

Figura 16: Móveis UL



Casa & Jardim, agosto de 1959, p. 31

Fonte: SILVA, 2018, pág. 5

A união entre artistas e a indústria para a criação e produção dos mobiliários, repetia o que já havia sido tentado na Alemanha na Escola Bauhaus. A unificação de criatividade e manufatura, arte e racionalismo técnico estavam novamente sendo propostos pela Unilabor, onde o artista Geraldo de Barros desenha um rascunho, que logo se convertia a um protótipo para ser testado e avaliado por toda a cooperativa, a qual discutia sobre ergonomia, conforto e funcionalidade, para aprovar e iniciar a fabricação (CLARO, 2004).

A colaboração do designer especialista Geraldo de Barros, atuou de forma positiva na produção do mobiliário fundamentado em seus pensamentos críticos e sua bagagem de conhecimentos sobre cultura do design, que possibilitaram a criação de projetos viáveis economicamente e com qualidade, sem dissuadir da cultura e valores locais.

A respeito da atuação do designer Geraldo de Barros, relacionado ao termo “designer especialista”, Thomeo, et al., (2018) concluem que:

Ainda que definições do design difuso e design especialista sejam citados a partir dos anos de 1990, já nos anos 1950 no Brasil, o processo de co-design, termo elucidado por Manzini (2016) como um processo complexo, onde diferentes partes interessadas introduzem suas habilidades específicas e sua cultura, já estava em curso, sendo observado na Fábrica Unilabor no estado de São Paulo em uma comunidade local. (THOMEIO, et al., 2018)

Neste cenário nota-se o trabalho do “designer especialista” Geraldo de Barro, alinhado a Cooperativa Unilabor composta por colaboradores operários, denominados “designers difusos”. Dessa forma tem-se a co-criação baseada nos conhecimentos de técnicas naturais dos trabalhadores, em conjunto com os valores profissionais de projeto e estética do artista Geraldo de Barros.

Assim criaram-se projetos que se enquadravam às novas faces da tecnologia industrial baseadas em desenhos com formas simples e com possibilidade de produção em série. Além disso, essa cooperativa propunha um trabalho que propusesse cultura local e que atendesse aos problemas sociais existentes, inserindo a comunidade aos novos padrões de produção industrializada e rentável. As mobílias eram vendidas e o recolhimento financeiro era dividido por todos os colaboradores.

Quando olhamos para o operário participando da criação do produto juntamente com o projetista, a Unilabor se enquadra nesta perspectiva. Tendo em vista que anteriormente os operários produziam artesanalmente o que mobiliaria a própria casa e o que seria

encomendado para os clientes, a cooperativa possibilitou a produção de mobiliários em série, de um modo mais rápido e com qualidade.

A qualidade estética, ergonômica e funcional dos mobiliários era oriunda das técnicas e conhecimentos dos artesãos/marceneiros, vinculado ao saber do designer especialista de projeto com características viáveis para a produção manufaturada.

A união do designer difuso e do designer especialista contribuiu para a criação de mobiliários flexíveis e economicamente viáveis que poderiam ser vendidos por preços mais baixos, sendo acessíveis para a população que não poderia comprar a mobília artesanal sob encomenda. Da mesma forma, o operário tinha o poder de usufruir de um móvel com qualidade estética, funcional e possível financeiramente.

Figura 17 e 18: Fábrica Unilabor



Fonte: [www.geraldodebarros.com](http://www.geraldodebarros.com)

#### **4.4 Participação do usuário no consumo x produção x criação**

A partir das pesquisas realizadas sobre os temas direcionados à participação dos usuários nas etapas de consumo, produção e criação, e relacionando-os aos estudos de caso analisados, foi possível compreender em que momento ocorre o envolvimento entre o produto e o consumidor.

A fase definida como “Consumo” foi elucidada pela descrição do marketing experimental, o qual diferente do marketing tradicional, posiciona o consumidor como o

protagonista do negócio, não mais o lucro (indiretamente). O usuário participa da marca através das experiências vividas com o produto e é através dele que o consumidor se sente representado. Desse modo o usuário é atraído através da comunicação da marca e da relação da mesma com o seu estilo de vida.

A loja Ikea, sugerida como estudo de caso, traz um ambiente interativo e livre para o consumidor usar a criatividade e realizar seus desejos. Com a política de preços baixos, paralelamente ao bom design e a qualidade dos mobiliários, a marca tem definido seu público alvo, como jovens que estão montando a casa. Além disso, a loja proporciona uma interação maior com o consumidor, visto que o mesmo participa também da montagem do próprio mobiliário.

A fase denominada “Produção”, tem como foco principal o *do it yourself*. É nesta fase que o designer atua no projeto de um mobiliário, afim de que o mesmo possa ser produzido e montado pelo próprio consumidor. O conceito “faça-você-mesmo” tem como propósito auxiliar em problemas sociais e econômicos, afim de contribuir com um móvel acessível e de fácil produção, assim como alcançar um público que queria produzir por si próprio e personalizar de acordo com o seu estilo, através de um manual de instruções.

O exemplar *Nomadic Furniture*, definido como o segundo estudo de caso, foi desenvolvido a partir da necessidade da sociedade nômade de obter móveis de fácil produção, com valores acessíveis, que pudessem ser montados e desmontados, assim como reciclados, para que facilitasse quando fosse preciso mudar de casa ou até mesmo de cidade. Neste ponto de vista, o usuário segue o manual de instruções, constrói e monta seu próprio mobiliário.

A fase definida como “Projeto” segue no sentido do *co-design*, onde o profissional em design trabalha em conjunto com o “designer difuso”, o qual produz de acordo com a técnica já conhecida e habilidades muitas vezes passadas de geração em geração, porém sem uma formação oficial. Neste cenário o “designer especialista”, através da sua experiência e conhecimento, auxilia o “designer difuso” na criação dos mobiliários, afim de obter um produto com melhor qualidade, custo benefício, ergonomia e estética.

O terceiro estudo de caso, sendo a Experiência Unilabor, teve a co-participação do operariado com o designer Geraldo de Barros. Neste contexto o designer atuou na colaboração para a criação de mobiliários que se enquadrassem ao novo estilo de produção,

a industrial. Os operários, experientes na produção manual, utilizavam dos seus conhecimentos para contribuir com o desenho dos móveis e a funcionalidade dos mesmos.

Assim sendo, o designer com a sua bagagem de conhecimento, configurava os desenhos para que os mesmos pudessem ser produzidos em série e fossem adequados à produção manufaturada. Em síntese, os mobiliários foram desenhados para serem modulares, componíveis e com linhas simples, traduzindo a nova era industrial e admitindo a Unilabor no mercado consumidor.

Em resumo, a tabela abaixo explana em que momento o usuário está presente em cada uma das três etapas estudadas:

<b>CONSUMO</b> <b>IKEA</b>	Na loja Ikea foi atribuído o marketing de experiência, onde o consumidor participa ativamente no momento da compra, a partir da configuração da loja por ser interativa, e no momento da montagem do mobiliário, a partir de um manual de instruções. Porém, o móvel é vendido pronto, isto é, o usuário <b>não participa da criação e nem da fabricação, somente da etapa de montagem.</b>
<b>PRODUÇÃO</b> <b>MÓVEIS NÔMADES</b>	No livro "Nomadic Furniture" os designers desenvolveram um exemplar que guia o consumidor no momento da compra do material para a fabricação do móvel, assim como na produção e na montagem do mesmo. Neste sentido <b>o usuário participa da produção e montagem do mobiliário, mas não da criação</b> , pois o desenho e a configuração já estão definidos.
<b>PROJETO</b> <b>UNILABOR</b>	Na fábrica Unilabor, o designer Geraldo de Barros e os operários (marceneiros, etc), trabalham em coparticipação para a definição de materiais, desenho, configuração, montagem e logística. Nesse sentido o operário e possível usuário participa de todas as etapas de confecção do mobiliário, sendo elas: <b>criação, produção, montagem e consumo.</b>

Fonte: Autoral (2020)

Em suma, a participação do usuário evolui de acordo com as fases descritas acima, por exemplo: (1) na etapa de consumo o usuário participa da montagem do mobiliário, aceitando o seu desenho, seu material e sua configuração; (2) na etapa de produção, o usuário participa da construção e montagem do mobiliário. Nesta etapa o consumidor pode personalizar seu produto, escolhendo materiais de outras cores, texturas etc.; (3) na etapa de projeto, o

usuário trabalha em coparticipação com o designer, podendo opinar e realizar escolhas sobre os materiais, no desenho do mobiliário, no dimensionamento, na construção e montagem.

Portanto o consumidor pode definir em quais etapas da concepção do mobiliário gostaria de participar, ressaltando que a de consumo o usuário não tem contato direto com o designer, pois o mobiliário é produzido industrialmente e é vendido pronto para o consumidor (necessitando apenas da montagem). Já na etapa de produção, é através do contato indireto com o designer que o consumidor obtém as instruções para a compra do material necessário e o passo a passo da construção e montagem. Logo na etapa de projeto, o consumidor e o designer têm contato direto, trabalhando juntos.

## **5. Produção e montagem dos mobiliários em períodos de crise**

### **5.1. Criação de um mobiliário em meio a pandemia do vírus COVID-19, utilizando o conceito DIY**

Assim como o *DIY* teve uma importância singular durante a crise da década de 1950-70, colaborando para a produção de mobiliários que pudessem ser produzidos e montados pelo próprio usuário afim de contribuir com as necessidades existentes, este movimento teve um ponto de apogeu também no ano de 2020 com a crise da Pandemia do vírus COVID-19.

Sobre o vírus PEREIRA, et al. 2020 salientam que é uma infecção respiratória provocada pelo Coronavírus da Síndrome Respiratória Aguda Grave 2 (SARS-CoV-2), identificada em dezembro de 2019. Em março de 2020, a OMS identificou a COVID-19 como uma pandemia. O vírus é altamente contagioso, assim sendo, a estratégia para o controle de casos infectados foi instituir o distanciamento social e a proibição de aglomerações, como escolas, shoppings, academias, etc. (PEREIRA, et al., 2020).

Neste contexto, juntamente com a pandemia e o distanciamento/isolamento social, surgiram sentimentos como pânico, angustia, medo, solidão, raiva entre outros, que provocam grande preocupação com a saúde mental e o nível de estresse e ansiedade da sociedade. Ainda neste cenário, “nota-se que alguns estressores durante o isolamento social são: afastamento de familiares e amigos, a constante incerteza quanto a duração deste isolamento e o constante acúmulo de tarefas durante o *homeschooling* e *homeworking*” (PEREIRA, et al., 2020).

Devido aos possíveis sentimentos insatisfatórios que possam surgir durante o período de isolamento social, o movimento “faça-você-mesmo” é, neste trabalho, observado como alternativa que contribui com a produção de algo útil, que seja funcional, fácil de ser montado e desmontado e que, ainda neste cenário de afastamento, possa trazer diversão e entretenimento às famílias.

Com isso, a experiência prática que se pretende nesta dissertação de mestrado, se apoia em um desejo próprio de designer afim colaborar com um mobiliário fundamentado no *DIY*, que seja compatível com o período de isolamento e que seja importante para este momento.

## **5.2. Metodologia definida para a criação do mobiliário: “Design Thinking” BROWN (2010)**

Com base na fundamentação teórica e nos estudos de caso, entre as três etapas de participação do usuário descritas no capítulo anterior, a segunda denominada “produção” foi a que melhor se enquadrou, visto que nesta fase o usuário participa da construção e montagem do produto – servindo como recreação –, além de que o contato com o designer se dá indiretamente, respeitando o isolamento.

Com isso, a criação do mobiliário se baseou na metodologia definida como “*Design Thinking*” pelo autor Brown (2010), onde o processo de design é dividido entre Divergir e Convergir. Ou seja, expandir a variedade de opções para depois afunilar, resultando em uma proposta final.

Com a abordagem centrada no ser humano, foram avaliadas as alterações nos comportamentos neste contexto de pandemia, levando em consideração as ações e atividades realizadas no interior das casas. Para isso, em meio ao isolamento social, buscou-se considerar as próprias (autora) mudanças nas atitudes pessoais e dos familiares.

Através das análises e observações, notou-se a necessidade de criar uma área na recepção para deixar os pertences e vestuários ao adentrar à residência. O local deve ser composto por um cesto, onde serão deixadas as roupas usadas, uma sapateira e um apoio para chaves, bolsas, entre outros objetos, além do álcool em gel.

O processo de projeto do mobiliário considerou quatro premissas principais a serem atendidas, sendo elas: (1) escolha de um material que fosse de fácil acesso economicamente e que pudesse ser encontrado em qualquer cidade, (2) as ferramentas utilizadas para a produção deveriam ser simples e de baixo custo, para que pudessem compra-las, caso não a possuíssem em casa, (3) o mobiliário deveria ser de fácil montagem e desmontagem, podendo ser produzido sozinho ou em grupos (familiares), (4) o mobiliário deveria propor uma etapa de personalização, onde o usuário pudesse inserir a sua identidade.

Em vista disso o mobiliário, definido como contribuição para a sociedade através desta dissertação, foi a configuração de uma sapateira, visto que sempre que se chega em casa a retirada dos sapatos é uma das primeiras ações em relação a situação de pandemia.

Sendo assim, para a escolha do material optou-se pela composição a partir de tubos e conexões de PVC, pelo fato de ser fácil de comprar em lojas de materiais para construção, além de ser economicamente viável, além de não oferecer perigo durante a produção e por proporcionar diversão durante a montagem, podendo ser realizada em grupo, com a família ou sozinho.

Como descrito sobre a etapa de “produção”, o papel do designer é propor um mobiliário acessível, fácil de produzir e que adeque às necessidades dos usuários. Para isso foi elaborada uma lista com os materiais e ferramentas essenciais para a produção e montagem, assim como um passo-a-passo para ser seguido pelos futuros *prosumers*.

Portanto como subsidio durante este período de isolamento social, buscou-se através da Sapateira Recreio, propor um tempo de qualidade entre a família, onde pais e filhos pudessem comprar os materiais e seguir juntos o manual de instruções, construindo e montando o mobiliário em parceria.

### **5.3. Processo de produção e montagem da Sapateira Recreio fundamentada no *DIY***

É de suma importância salientar que o estudo foi direcionado à validação de um processo de produção e montagem de um mobiliário, através de um passo-a-passo estabelecido por um projeto de um profissional em design. Isto significa que o projeto em si - desenho e forma - não será o protagonista da ação, mas sim o processo de compra do material, construção e montagem pelo consumidor.



Neste contexto o movimento *do it yourself* se faz presente na configuração da Sapateira Recreio, projetada para ser produzida pelo usuário final a partir as instruções estabelecidas pelo profissional. Isto ocorre desde o momento da ida até a loja de materiais para construção, passando pela etapa de adequação do material, realizando os cortes, caminhando para a etapa de encaixe e estruturação do móvel, finalizando com a personalização e impressão da identidade de cada consumidor.

O processo criativo foi introduzido por croquis de estudo que tão logo se transformaram em objetos 3D, no programa Sketchup. Após a simulação, foi selecionado o melhor mobiliário e seguiu-se para a compra do material, com o intuito de realizar testes estruturais e estéticos, afim de seguir para a etapa final de experimentação e produção do manual de instruções.

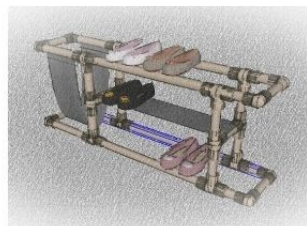
No projeto foi estipulado um tipo específico de conexão para tubo de PVC 25mm, porém a mesma peça não foi encontrada em nenhuma das quatro lojas visitadas na cidade de Taquaritinga, no interior de São Paulo. Este fato ocasionou a alteração da configuração do mobiliário, visto que o mesmo deve ser composto por materiais acessíveis tanto em questões econômicas, quanto possíveis de obter.

O mobiliário passou por um segundo projeto, e a partir deste momento, com o desenho pronto e as peças compradas foi possível iniciar a produção e a montagem da sapateira recreio. Para que o processo fosse o mais simples e funcional, todas as etapas de medição, corte, encaixe e montagem foram anotadas e utilizadas na elaboração do passo-a-passo.

O manual de instruções de montagem foi estruturado a partir das etapas realizadas pela profissional em design, com breves alterações para facilitar o entendimento do consumidor. Neste cenário o manual foi entregue a um usuário final, para que o mesmo pudesse seguir as etapas, produzir e montar sua própria Sapateira Recreio.

Segue abaixo o “Manual de produção e montagem da Sapateira Recreio” e as fotos do processo realizado pelo *Prosumer* avaliado.

# Sapateira recreio



## Separar o material

1 cano de PVC 25mm - 6 metros  
8 cotovelos 90°  
12 "T"  
1 lixa  
1 serrinha manual  
1 trena ou fita métrica

### PASSO 01



## Corte do cano PVC

Use a trena para medição e com a serrinha manual, cortar o cano de pv nas seguintes partes:

6x de 17cm  
4x de 6cm  
8x de 15cm  
4x de 43cm  
4x de 24cm

Após os cortes, lixar as extremidades dos canos

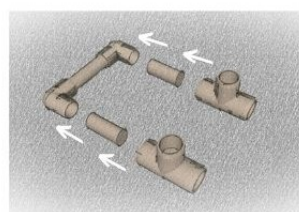
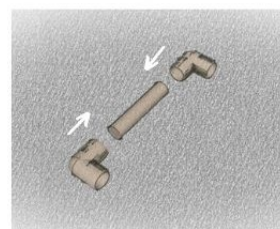


### PASSO 02

## Montagem

Separar uma parte de 17 cm e 2 "cotovelos.  
Encaixe os 2 cotovelos nas extremidades do cano de PVC.

### PASSO 03



## Montagem

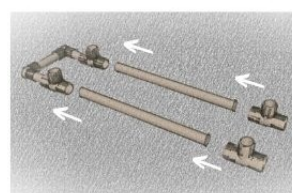
Separar duas partes de 6 cm e 2 "T"s.  
Encaixe as duas partes de 6 cm nas extremidades já montadas.  
Encaixe os dois "T"s nas extremidades das partes de 6 cm

### PASSO 04

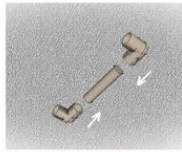
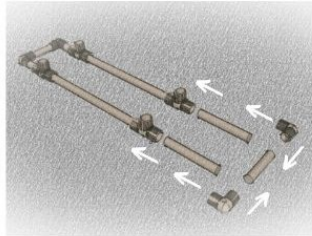
## Montagem

Separar duas partes de 43 cm e 2 "T"s.  
Encaixe as duas partes de 43 cm nas extremidades já montadas.  
Encaixe os dois "T"s nas extremidades das partes de 43 cm

### PASSO 05



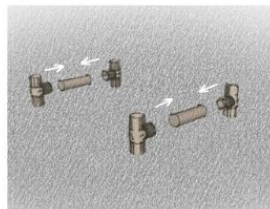
# Sapateira Recreio



## Montagem

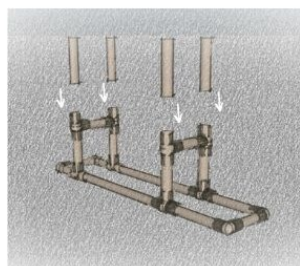
Separar 4 peças de 15 cm.

Com a estrutura pronta, encaixar as 4 peças de 15 cm na terceira saída do "T" já encaixado.



## Montagem

Com as duas estruturas prontas, encaixar as extremidades dos "T"s na base já finalizada.



### PASSO 06

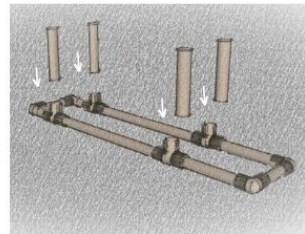
## Montagem

Separar duas partes de 24 cm, 2 "cotovelos" e 1 parte de 17cm.

Encaixe as duas partes de 24 cm nas extremidades já montadas dos "T"s.

Agora encaixe os 2 cotovelos nas extremidades da peça de 17cm.

Encaixe os 2 cotovelos nas extremidades da peça de 24cm.

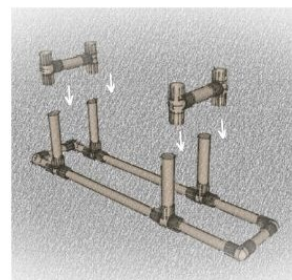


### PASSO 07

## Montagem

Separar 4 "T"s e 2 peças de 17 cm

Encaixar os "T"s nas extremidades das peças de 17 cm.



### PASSO 08

### PASSO 09

### PASSO 10

## Montagem

Separar 4 peças de 15 cm.

Com a estrutura pronta, encaixar as 4 peças de 15 cm na terceira saída do "T" já encaixado.

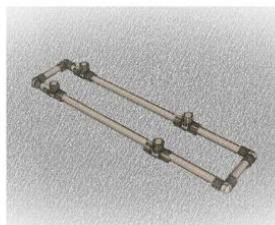
# Sapateira Recreio

## PASSO

### 11

#### Montagem

Repetir os passos: 1, 2, 3, 4, 5, e 6, para montar a estrutura superior da sapateira.

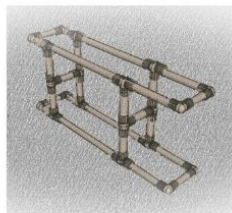
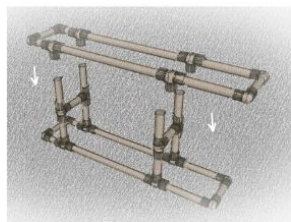


#### Montagem

Encaixar as duas estruturas prontas.

## PASSO

### 12



## PASSO

### 13

#### Personalização

Agora é a hora de personalizar! Após a estrutura pronta, este é o momento de criar uma prateleira e um bolso!

#### Personalização

O bolso e a prateleira podem ser feitos com tecido. Para isso serão utilizados dois retalhos de tecido a

sua escolha.

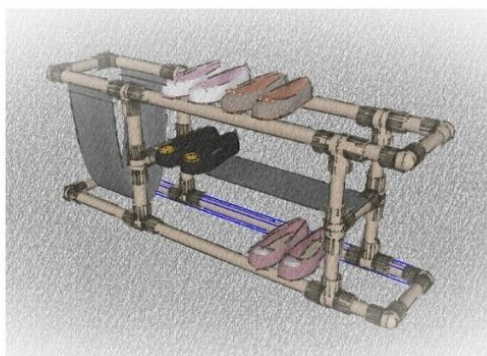
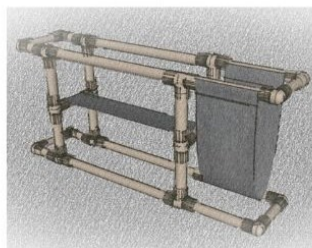
Prateleira: 60 cm x 14 cm.

Bolso: 80 cm x 20 cm.

Posicionar os tecidos e costurar as extremidades contornando o cano.

## PASSO

### 14





Abaixo estão dispostas as imagens captadas do usuário durante a construção e montagem do mobiliário:



Primeiro foi realizada a medição e o corte das peças descritas no manual de instruções. Para isso foram utilizadas duas ferramentas: fita métrica e serrinha.



Após os cortes realizados, a lixa foi utilizada para que as extremidades dos canos de PVC ficassem livres para o recebimento da conexão, facilitando o encaixe.



A partir desta etapa, o usuário seguiu as etapas de montagem e encaixe dos conectores aos recortes de cano de PVC.





Neste momento o usuário testou se a medida definida pela designer era compatível com os sapatos da família que seriam apoiados sobre a sapateira. Porém, com a pesquisa de público alvo realizada, a profissional configurou o desenho de acordo com um tamanho reduzido de sapato (35) e, portanto, foi satisfatório.



O usuário utilizou a ajuda de um martelo para ajustar as conexões. Porém, sem esta ferramenta é viável produzir o mobiliário também.



Para a personalização final, o usuário optou por utilizar um tecido que possuía com a estampa de chita. Criou a prateleira central, que por ser mais estreita pode ser utilizada para

suporte de sapatos infantis. Como também, seguiu as instruções e costurou o bolso na lateral da sapateira, apoiando o chapéu.

Outras peças foram construídas, porém a personalização e o uso foram diversificados, traduzindo a identidade e o estilo de vida de cada consumidor.



No projeto à esquerda foi utilizado o barbante para criar a prateleira e o bolso lateral. Já na opção à direita, a ideia foi utilizar o móvel na vertical, propondo um suporte de álcool em gel, um cabideiro e uma sapateira inferior.

A experiência foi extremamente satisfatória, visto que durante a construção e montagem a família esteve sempre unida, e mesmo que alguns só observando, o processo tornou-se a diversão de domingo.

Mediante o exposto, o usuário – um senhor de 80 anos – não teve qualquer complicação em seguir o manual de instruções para comprar o material, realizar os cortes, utilizar as conexões e estruturar o mobiliário. Assim como, a personalização e a costura da prateleira de tecido, teve como contribuição a ajuda da esposa, infelizmente não fotografado.

Em vista disso, o processo de construção e montagem guiado por um profissional em design foi satisfatório.



## 6. Considerações finais

O embasamento teórico da foi estruturado de acordo com a evolução da sociedade, onde nos primórdios o artífice tinha em sua atuação profissional grande importância na construção da sociedade, na produção dos artefatos a partir das próprias habilidades manuais e no abastecimento das casas. Porém, com a revolução industrial, o artesão passa a dividir a cena com as máquinas.

A produção industrial propôs inúmeros benefícios a sociedade, contribuindo para o acesso às mobílias com baixo custo e que suprissem as novas demandas da sociedade urbana. Porém a qualidade funcional e estética dos mobiliários, trouxeram, em alguns casos, questionamentos e incertezas. Neste cenário despontam as escolas europeias de design, que buscavam aliar a produção industrial à arte e ao saber do artesão.

Neste cenário de produção em larga escala, a figura do designer se fez presente dentro das indústrias, colaborando nas etapas de criação do mobiliário, na linha de produção e na logística. Afim de solucionar questões sociais, alguns profissionais se dispuseram a criar metodologias de projeto que facilitassem a descoberta do problema e melhor maneira de resolver.

Diante disso, ficou claro que a figura do consumidor dificilmente era colocada em ação durante o desenvolvimento do projeto, estando na maioria das vezes, presente somente na avaliação do produto durante a fase de uso. Enfim, a metodologia denominada *design thinking* trouxe como protagonista o usuário e a sua participação durante as principais etapas de criação, experimentação e pós venda dos produtos.

Mediante a isso, buscou-se por exemplos em que o usuário era colocado em lugar de destaque durante o consumo, a produção e no projeto dos mobiliários. Como referência para o consumo, o marketing experimental apresentou uma estratégia onde o consumidor participa ativamente na experimentação do produto e da marca, se aliando e se traduzindo nela. Durante a etapa de produção, o trabalho se direcionou ao estudo do conceito *do it yourself* e no papel que o designer ocupa na criação de produtos que promovam a autoprodução e montagem por parte dos consumidores. Como terceira fase, buscamos através das explicações do autor Ezio Manzini sobre os temas “Design Especializado” e “Design Difuso”, como a participação do usuário acontece fazendo parte de uma cocriação com um designer com formação acadêmica.

Sendo assim, o trabalho tinha como diretriz analisar o papel do designer na criação de projetos que colocassem os usuários como protagonistas no momento da construção e montagem dos mobiliários, a partir de materiais disponíveis contendo um passo-a-passo para a concepção. Neste sentido o consumidor também participaria da produção do móvel, configurando o denominado *Prosumer*.

Inicialmente o desenvolvimento deste trabalho tinha como premissa o desenvolvimento de parâmetros comparativos entre o modo de produção e distribuição (open design) dos projetos nos anos 1970, com o estudo de caso “*Nomadic Furniture*”, a produção manual e livros impressos, e a produção e a distribuição dos projetos (open design) nos anos 2010, com o estudo de caso direcionado à fabricação digital e plataformas online.

Entretanto, em meio a pandemia do Covid-19 os planos seguiram para outro viés. Como as entrevistas e visitas aos espaços *makers* não poderiam ser realizadas, buscou-se direcionar o projeto à esta nova situação, enquadrando o trabalho dentro dos limites do isolamento social.

A Universidade buscou ser contribuição de infinitas maneiras, mas de fato o fechamento da biblioteca também teve grande impacto no momento da escrita da dissertação, visto que muitos livros por serem mais antigos, não estão disponíveis online.

Dentro desta nova vivência, observei algumas crises de ansiedade de amigos e familiares e pude entender que o meu papel como designer, dentro de uma pesquisa como esta de pós-graduação inserida em uma sociedade em instabilidade, não poderia se limitar somente ao estudo do modo de produção fundamentado no conceito *do it yourself*.

Em vista disso, decidi investir na minha paixão por mobiliário e propor algo que pudesse ser contribuição para este momento. Mediante a isto, a Sapateira Recreio foi criada e desenvolvida a partir de uma configuração simples, acessível e que pudesse ser construída e montada por qualquer pessoa.

Dessa maneira entende-se que o design e a arte devem ser um processo compartilhado. Alberto Bassi (2017), em seu livro, alega que o design é um resultado compartilhado, não somente o processo criativo, a solução formal, mas que o trabalho todo caminha através da colaboração das pessoas para a realização de algo, que será utilizado para satisfazer as necessidades dos usuários.

Portanto, através deste trabalho, busco contribuir com a sociedade motivando profissionais de design a criarem projetos que emancipem o consumidor, propondo soluções para questões reais da sociedade, utilizando como ferramenta a habilidade natural do ser humano e “fazer” com as próprias mãos.

## **7. Referências Bibliográficas**

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design thinking: s.m. ação ou prática de pensar o design**. BELLOLI, Mariana (Tradutor). Porto Alegre: Bookman, 2011
- BASSI, Alberto. **Design contemporaneo: istruzioni per l'uso**. Il mulino, 2017.
- BERTOLINI, Gustavo. **Liderança e competitividade no setor moveleiro: a identidade IKEA**. 2011.
- BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. Editora Blucher, 2011.
- BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010
- BÜRDEK, Bernhard E. **Design-história, teoria e prática do design de produtos**. Editora Blucher, 2010.
- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2012.
- CARDOSO, Rafael Denis. **Uma introdução a história do design**. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.
- CLARO, Mauro. **Unilabor: desenho industrial, arte moderna e autogestão operária**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- DE FREITAS, Ranielder Fábio; COUTINHO, Solange Galvão; DA NÓBREGA WAECHTER, Hans. **Análise de Metodologias em Design: a informação tratada por diferentes olhares**. *Estudos em Design*, 2013, 21.1.
- DE OLIVEIRA, Amanda Aline Alves; SAKURAI, Tatiana. **The transformations of the " Do-It-Yourself" culture and the context provided by digital manufacturing in furniture design**. 2018
- FAGGIANI, Katia. **O poder do design: da ostentação à emoção**. Thesaurus Editora, 2006.
- JONES, John Chris. **Design methods**. John Wiley & Sons, 1992.

KRIES, Mateo; KLEIN, Amelie, Clarke, Alison J. **Victor Papanek: The Politics of Design**. Editora Vitra Design Museum, Alemanha, 2018.

LÖBACH, B. **Design Industrial: base para a configuração dos produtos industriais**/ Bernad Lobach; tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Blücher, 2001.

MACEDO, L.F.; VAN DER LINDEN, J.C.S. **Reflexões sobre o papel do design em processos colaborativos**. In: VAN DER LINDEN, J.C.S.; VALENTINI, B.G. (Org.) Design, Cultura e Inovação. Porto Alegre: Marcavisual, 2019. v.I. p.68–89

MANZINI, E; VEZZOLLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: Edgar Blücher, 2002.

MANZINI, Ezio. **Design culture and dialogic design**. Design Issues, v. 32, n. 1, p. 52-59, 2016. [https://doi.org/10.1162/DESI\\_a\\_00364](https://doi.org/10.1162/DESI_a_00364)

MANZINI, Ezio. **Design: quando todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social**. Tradução: Luiza Araújo. – São Leopoldo, RS: Editora UNISINOS, 2017.

MORAES, DIJION DE. **Limites dos design**. São Paulo: Studio Nobel, 1999.

ASIMOW, Morris. Introdução ao projeto de engenharia. **Ed. Mestre Jou. São Paulo**, 1968.

MUNARI, Bruno; DE VASCONCELOS, José Manuel. **Das coisas nascem coisas**. 1981.

NIEMEYER, L. **Design no Brasil: origens e instalação**. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2000

NUNES, Benedito. **História e Ontologia: da essência da técnica**. São Paulo: Natureza humana vol. 1, n.º 1, 1999. <https://doi.org/10.12957/ek.2012.3822>

OLIVEIRA, Amanda Aline Alves de. **Brasil Nomadic Furniture 4.0: uma investigação sobre mobiliário residencial desmontável e compactável para jovens em situações de constantes deslocamentos territoriais**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

PAPANEK, Victor. **Arquitetura e design: ecologia e ética**. 1995.

PAPANEK, Victor; FULLER, R. Buckminster. **Design for the real world**. London: Thames and Hudson, 1972.

PEREIRA, Mara Dantas et al. **A pandemia de COVID-19, o isolamento social, consequências na saúde mental e estratégias de enfrentamento: uma revisão integrativa**. Research, Society

**and Development**, v. 9, n. 7, p. e652974548-e652974548, 2020. MORAES, DIJION DE. *Limites dos design*. São Paulo: Studio Nobel, 1999. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i7.4548>

PEVSNER, Nikolaus; MONTEIRO, João Paulo. **Pioneiros de desenho moderno**. 1980.

ROBALO, Ana Luísa Correia. **O Marketing Experimental e a Experiência criada pelas marcas: Estudo de caso IKEA**. 2016. Tese de Doutorado.

SANTOS, Aguinaldo dos. **Seleção do método de pesquisa: guia para pós-graduando em design e áreas afins** / Aguinaldo dos Santos. Curitiba, PR : Insight, 2018.

SCHMITT, Bernd H. **Marketing experimental—Exame**. NBL Editora, 2002.

Sennett, Richard. **O artífice**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009. 364 p.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade—Exame**. NBL Editora, 2001.

TEIXEIRA, Maria Angélica Fernandes. *Mobiliário residencial brasileiro: criadores e criações*. Uberlândia, 1996.

THOMEIO, Yasmin Carolini; PEREIRA, Juliano Aparecido; PANTALEÃO, Lucas Farinelli. **GERALDO DE BARROS E A UNILABOR: Um estudo sobre a inovação sociotécnica moveleira no Brasil dos anos 1950** GERALDO DE BARROS AND THE UNILABOR BRAZILIAN FACTORY: A study on sociotechnical furniture innovation in Brazil of the 1950s.

TOFFLER, Alvin; ALVIN, Toffler. **The third wave**. New York: Bantam books, 1980.

VICTOR J. Papanek. Disponível em: <https://papanek.org/about/>. Acesso em: 21 de outubro de 2020.

## **8. GLOSSÁRIO**

DIY – Do it yourself - Faça você mesmo

Open Design – desenho aberto, distribuição de projeto aberto.

Prosumidor/Prosumer – expressão referente a combinação entre produtor e consumidor.

Co-design – projeto realizado em cooperação, colaborativo.