

DESENVOLVIMENTO DE REQUISITOS PROJETUAIS PARA MOBILIÁRIO COM CARGA SIMBÓLICA

Airam G. Amorim Jr^{1*}, Aline N. B. Ramos¹, Catarine A. Bezerra¹, Edu Grieco Mazzini Junior²

1. Estudante de Design na Fac.de Arquitetura e Urbanismo, UFAL

2. Professor da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da UFAL

Resumo:

O artigo em questão analisa e demonstra a utilização da metodologia de design com a finalidade de determinar requisitos projetivos para o mobiliário contemporâneo. Para servir de suporte para concepção de produtos, foi observado a possibilidade de destaque no mercado pela utilização do conceito dos anos 90 e 2000, buscando atingir o nível reflexivo do design emocional de Donald Norman, para captar o público que busca objetos distintos dos demais e conquistá-lo pela sua carga simbólica. Somado a isso, é proposto encontrar oportunidades mercadológicas, como o desenvolvimento de móveis que não são convencionais, mas que demonstram novas necessidades provenientes ao estilo de vida atual do consumidor.

Palavras-chave: anos 90; mobiliário; design emocional.

Introdução:

É cediço que móveis são essenciais ao cotidiano, a princípio por suas funções básicas e posteriormente, em consequência as necessidades que surgiam. Com a produção em massa, a carência de um profissional que suprisse a demanda popular para aprimorar os produtos fabricados se tornou evidente, e é na década de 50 que o design, apoiado na boa forma e no funcionalismo, ganha espaço na indústria repercutindo até a atualidade. No entanto, a partir de 1980, a sociedade passou a ter o desejo de expressar identidade pessoal através de seus objetos, com responsabilidade de satisfazer-los, a partir daquele momento, o designer teve necessidade de criar produtos com uma carga de diferenciação simbólica. (SCHNEIDER, 2010)

O presente artigo relata as atividades desenvolvidas pela metodologia híbrida de Gugelot, Asimow e Bonsiepe e as põe em análise. Desse modo, será possível avaliar o uso dessa metodologia aplicada ao design de mobiliário com finalidade de resultar em parâmetros projetivos.

Decerto, as atividades metodológicas serão desenvolvidas como base nas ânsias do mercado contemporâneo. Sabendo que ele sofre alterações de acordo com as novas necessidades e tendências, há chances de agregar valor e tornar o setor moveleiro mais competitivo utilizando um novo conceito ou pouco explorado, e considerar se há carências que os móveis atuais ainda não foram adequados.

Diante disso, também foi notada a possibilidade de desenvolvê-los com apelo afetivo, propondo atingir o nível reflexivo do design emocional, que de acordo com Norman (2008), é o nível mais complexo, pois compreende a área contemplativa do cérebro, abrangendo as particularidades pessoais, dentre elas a memória afetiva, que é o âmbito em que o conceito deste projeto se localiza.

Deste modo, é pretendido analisar o processo metodológico designado, resultando com a obtenção de requisitos projetuais para suprir novas necessidades do público alvo, sendo estas físicas e psicológicas. A primeira deverá ser suprida pelos resultados ergonômicos e de fácil uso, quanto o fator psicológico terá que deter valor simbólico e, principalmente, afetivo que serão empregados para tornar-se objeto de desejo por meio da exploração do design emocional.

Metodologia:

Para desenvolver um projeto de design de forma satisfatória, o uso da metodologia projetual é fundamental, Fuentes (2006) apud Macelino (2012) defende seu uso na criação de projetos por acarretar o maior conhecimento do problema e embasar as decisões criativas. Por essa razão, as etapas projetuais foram definidas em uma composição mista, com a adição de ferramentas de análise do mercado e de posicionamento da marca. Essas atividades foram dispostas em macro etapas conforme no método de Gugelot, estas são: Informação, Pesquisa, Desenho, Decisão, Cálculo e Protótipo, e adicionadas subetapas de Bonsiepe e Asimow.

O procedimento consiste em iniciar com a etapa de Informação, que busca compreender o panorama geral do projeto, buscando informações sobre mercado, concorrentes, público-alvo, indústria, produção e os tipos de produtos deste segmento. Em seguida, ocorre um aprofundamento, em Pesquisa, onde é necessário colher e analisar informações objetivamente destacando o primordial que serão organizados como premissas. Com estes requisitos traçados, a etapa Desenho segue com o emprego de ferramentas de criatividade para criar desenhos e esquemas que os atendam. Na etapa seguinte serão refinados e por fim ao chegar em

Cálculo, no qual é transposto para a linguagem do desenho técnico e finalizado na última fase com a confecção de modelos e protótipos, caso irregularidades sejam encontradas em algum estágio, a metodologia permite o regresso para reparação da falha.

Por tratar-se de estabelecer diretrizes para o mercado moveleiro atual, o artigo se mantém nas etapas de Informação e Pesquisa.

Resultados e Discussão:

Diante do desenvolvimento da primeira Macro etapa, surgiu a ideia de trabalhar com o Design Emocional, conceito bastante conhecido e difundido no design através de Donald Norman. Por visar atingir o público modista que busca produtos que destaquem em meio ao mercado, o apelo emocional pode ser fator decisivo, uma vez que Cardoso (2012) afirma que “a nostalgia vende produtos. Não somente as antiguidades (...), mas também produtos novos com roupagem passadista - o chamado retrô”.

Sabendo disso, foi possível analisar o mercado com olhar crítico com base no objetivo projetual, com o desenvolvimento de painéis de concorrentes e o uso da ferramenta FOFA, ferramenta consiste em enumerar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças com finalidade de absorver os pontos positivos e eliminar as características negativas, foi estabelecido a oportunidade de inovar na morfologia do mobiliário em geral.

Logo em seguida, foi delineado o público alvo resultando em pessoas que apreciam o design, que investem em produtos com qualidade e estética distinta e principalmente que valorizam a carga simbólica.

Em outra banda, foi analisado os produtos mais vendidos pelas lojas pesquisadas, extra-se que os móveis tradicionais, tais quais: mesa de jantar, estantes, prateleiras e cadeiras, eram os mais requisitados. Contudo foi percebida a pouca exploração de novos produtos, como araras, cabideiros, caixas empilháveis mesa de refeição (mesa com função de usar no sofá, permitindo basicamente o uso de notebooks e a possibilidade de fazer refeições), home office e hortas, esta é oportunidade de analisar essa nova demanda emergente e ajustá-la ao público.

Ao iniciar a Macro etapa de Pesquisa foi elaborada a conceituação do projeto que foi fundamentada na nostalgia, usando os símbolos dos anos 1990 a 2000 da cultura pop para despertar o saudosismo, símbolos como Nitendo, games e brincadeiras foram elementos fundamentais dos painéis semânticos conceituais. Em seguida, as análises foram realizadas com olhar crítico, sabendo que nesta etapa encontramos os requisitos para o desenvolvimento morfológico dos móveis que é o desfecho deste artigo.

Ao longo da análise uso, foi percebido que produtos como prateleiras, nichos, caixa empilhável, araras e cabideiros por vezes causam desconforto ao erguer itens pesados, no caso de mesa de refeições é preciso certificar da compatibilidade com poltronas e sofás para o uso adequado, já na horta foi compreendido que o “vaso” deve ser removível de seu suporte para que o usuário possa realizar as atividades de rotina tal qual adubar, regar e podar.

No quesito estrutural, a maior preocupação foi quanto ao equilíbrio, pois a forma de cabideiros e mesas de refeições apresentam uma forma que aparenta instabilidade no momento do uso.

Quanto à morfologia, os produtos que se destacam trazem consigo, uso de cores, materiais pouco usados e formas mais elaboradas, alguns produtos que se destacam tem características de conceitos como industrial, fun design e sustentabilidade.

Em razão a funcionalidade e adequação aos diversos tipos de usuário, as medidas utilizadas como parâmetros norteadores são retiradas do Panero (2008).

Diante das informações obtidas, foi delineado requisitos e parâmetros e lapidados para a utilização em projetos de produtos, também foi adicionados comentários a fim de complementar as informações contidas na tabela seguinte.

Parâmetro	Requisito	Comentário
Estética com valor simbólico e emocional	Utilizar símbolos, formas e objetos da cultura pop, dos anos 90 e 2000 para a expressão do produto	A possibilidade de usar a figura literal dos símbolos selecionados é oportunidade de destacar esse mobiliário de forma mais direta
Permitir ao usuário os usos de todas as funções do produto	Utilizar medidas padrões de medidas de alcance máximo e mínimo contidas no Panero (2008)	O uso do Panero (2008) garante maior possibilidade de adequação do móvel ao usuário, porém não extingue a necessidade de buscar as medidas reais dos grupos de público-alvo de cada projeto
Segurança	Adequar a morfologia e os materiais e processo de fabricação ao equilíbrio da peça, evitando tombamento e/ou deformação do móvel	Esse tipo de inadequação ao uso pode acarretar acidentes

Funcionalidade	Usar de regulagens e encaixes	Esses sistemas dão maior liberdade de uso, adaptação ao público e compatibilidade espacial com a residência
----------------	-------------------------------	---

Como definido, o objetivo projetual é resultar em requisitos que foram dispostos em quatro categorias principais, assim como exposto anteriormente em tabela, estas categorias tratam de características básicas a concepção de móveis, mas trazem nas colunas de requisitos e comentários as características que difere o móvel em relação aos demais no mercado.

Conclusões:

O desenvolvimento projetual escolhido, se mostra satisfatório na construção de requisitos para a produção de mobiliários, suas etapas propõe atividades que são complementares e que acarretam o aprimoramento das informações coletadas.

Os requisitos por sua vez, mostram necessidades que são supridas parcialmente, sendo assim, os produtos gerados por este processo resultaria em móveis que se destacariam ao usuário, agradando ao público alvo. O design emocional assegura um atrativo ao produto e o fato da expressão do mesmo destacar a cultura pop dos anos 90 e 2000 agrega o valor sentimental e nostálgico (termo chave do conceito) do estágio da infância do público que é comumente tratado como época da real felicidade.

Quanto ao mercado, com base na análise paramétrica realizada na etapa de informação da metodologia, é perceptível que há um grande diferencial entre os produtos que estão no mercado atual, pois grande parte do mercado, segue um padrão de linhas ortogonais e princípios da “boa forma”, tornando assim o produto com estética passadista distinto dos demais, por não tratar-se de uma releitura do que era feito em décadas anteriores, mas sim de um adaptação de outro nicho de produtos ao mobiliário.

Em relação a funcionalidade, o requisito é fundamentado na verticalização das cidades, que tornam as residências mais compactas, tornando a área vertical oportuna ao mobiliário. Entretanto o usuário por sua vez tem restrições que devem ser avaliadas na análise de uso, sendo complementar a essa análise o uso de sistemas e encaixes para garantir menor esforço do usuário. Com base na verticalização do mobiliário, foi adicionado o item segurança, para certificar o uso de materiais com resistência a esse tipo de instalação. Diante disso, percebemos que os requisitos estão diretamente ligados a novas demandas do mercado contemporâneo.

Referências bibliográficas

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: CosacNaify, 2012. 264p.

FILHO, João Gomes. **Design do Objeto: Bases Conceituais**. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

NORMAN, Donald A. **Design Emocional: porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. 1. ed. [S.l.]: Rocco, 2008. 322 p

MARCELINO, Ricardo Augusto de Azevedo. **Design e fotografia: uma análise sobre as relações que se estabelecem entre a imagem fotográfica digital e as metodologias de design**. Recife: Rocco, 2012. 109 p. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/handle/123456789/11593/Ricardo_Marcelino.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 fev. 2018

PANERO, Julius; ZELNIC, Martin. **Dimensionamento humano para espaço interiores**. 2. ed. [S.l.]: Blucher, 2015. 320 p.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria: 40 Métodos para design de produtos**. 1. ed. [S.l.]: Blucher, 2013. 278 p

SCHNEIDER, Beat. **Design- Uma introdução: O design no contexto social, cultural e econômico**. [S.l.]: Blucher, 2010. 304 p