



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

YASMIN MARIANI DE MOURA E CAMPOS FERNANDES

**DA AUTOPRODUÇÃO AO LICENCIAMENTO: UM ESTUDO DE CASO DO
DESIGN DE MOBILIÁRIO AUTORAL NO NORDESTE BRASILEIRO**

RECIFE
2023

YASMIN MARIANI DE MOURA E CAMPOS FERNANDES

**DA AUTOPRODUÇÃO AO LICENCIAMENTO: UM ESTUDO DE CASO DO
DESIGN DE MOBILIÁRIO AUTORAL NO NORDESTE BRASILEIRO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito para obtenção do grau de Doutora em Design. Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Virginia Pereira Cavalcanti

RECIFE
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Fernandes, Yasmin Mariani de Moura e Campos .

Da Autoprodução ao Licenciamento: um estudo de caso do design de mobiliário autoral no nordeste brasileiro / Yasmin Mariani de Moura e Campos Fernandes. - Recife, 2023.

268 p. : il.

Orientador(a): Virginia Pereira Cavalcanti

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Design, 2023.

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. Autoprodução. 2. Mobiliário contemporâneo. 3. Design contemporâneo. 4. Design Nordestino. I. Cavalcanti, Virginia Pereira. (Orientação). II. Título.

700 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2024 - 21)

YASMIN MARIANI DE MOURA E CAMPOS FERNANDES

**“DA AUTOPRODUÇÃO AO LICENCIAMENTO: UM ESTUDO DE CASO DO
DESIGN DE MOBILIÁRIO AUTORAL NO NORDESTE BRASILEIRO.”**

Planejamento e Contextualização de Artefatos
Linha de Pesquisa: Design, Tecnologia e Cultura

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Design.

Aprovada em: 30/01/2023.

BANCA EXAMINADORA

Participação via Videoconferência

Prof. Dr. Adailton Laporte de Alencar (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Kátia Medeiros de Araujo (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Ana Neuza Botelho Videla (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Prof^a. Dr^a. Ana Maria Queiroz de Andrade (Examinadora Externa)
Universidade Federal de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Prof. Dr. Itamar Ferreira da Silva (Examinador Externo)
Universidade Federal de Campina Grande

RESUMO

A autoprodução é um sistema produtivo em que o designer – desenvolvendo trabalho autoral e de acordo com uma estratégia própria – é responsável por gerenciar o processo de design em sua totalidade: a concepção, produção, distribuição e comunicação de seus produtos. O fenômeno é pouco estudado da perspectiva do design autoral brasileiro, e a sua grande maioria fruto de pesquisa europeia. Buscou-se compreender essa atividade na produção do mobiliário contemporâneo nordestino utilizando o estudo de caso do Estúdio Galho, que registrou as estratégias e adaptações de um estúdio de design jovem para continuar ativo, apesar dos impactos socioeconômicos gerados por uma pandemia e demais fatores de ordem administrativa federal. Através de análise de documentos, dos artefatos, da presença digital e entrevista com os designers responsáveis, foi possível compreender as motivações para empreender através do design autoral, bem como a relação simbólica do repertório de designers nordestinos que destacam lembranças lúdicas da infância e utilizam referências regionais na configuração formal de suas peças. No entanto, fatores como o isolamento social prolongado, a inflação que afetou o custo dos insumos, bem como o preço elevado do transporte de cargas para outras regiões de um país de proporções continentais foram determinantes para o encerramento temporário das atividades de autoprodução desde 2020. Até a melhora das condições produtivas locais, optaram pelo sistema de licenciamento dos seus produtos autorais, contando com a estrutura de empresas maiores para os processos de produção, distribuição e parte da comunicação. A experiência desse modelo produtivo vem a cada dia sendo modificada para garantir maior controle sobre a qualidade esperada no processo de concepção, e se mostrou uma alternativa importante para a sobrevivência do micro empreendimento. Os designers conseguiram manter, diante das condições produtivas possíveis no momento, continuar com a linguagem que começaram a construir em seu processo de autoprodução inicial: a referência da cultura local.

Palavras-chave: Autoprodução. Mobiliário contemporâneo. Design contemporâneo. Design Nordeste.

ABSTRACT

Emerging in the post-industrial scenario is self-production, a productive system in which the designer - developing authorial work and according to his own strategy - is responsible for managing the design process in its entirety: the conception, production, distribution and communication of your products. The phenomenon is little studied from the perspective of northeastern authorial design, with the vast majority being the result of European research. We sought to understand this activity in the production of contemporary northeastern furniture using the single case study, which recorded the strategies and adaptations of a young design studio to remain active, despite the socioeconomic impacts generated by a pandemic and other administrative factor. federal. Through analysis of documents, artifacts, digital presence and interviews with the responsible designers, it was possible to understand the motivations to undertake through authorial design, as well as the symbolic relationship of the repertoire of northeastern designers who highlight playful childhood memories and use references regional in the formal configuration of his pieces. However, factors such as prolonged social isolation, inflation that affected the cost of inputs, as well as the high price of transporting cargo to other regions of a country of continental proportions, were decisive for the temporary closure of self-production activities since 2020. Until the local production conditions improved, they opted for the licensing system for their authorial products, relying on the structure of larger companies for the production, distribution, and part of the communication processes. The experience of this production model is being modified every day to ensure greater control over the expected quality in the design process and has proved to be an important alternative for the survival of micro enterprises. Estudio Galho managed to maintain, given the production conditions possible at the time, the language it began to build in its initial self-production process: the reference of local culture.

Keywords: Self-production. Contemporary furniture. Contemporary design. Northeastern Design.

LISTA DE FIGURA

Figura 1 - Processo de autoprodução.....	12
Figura 2 - Cadeira Renda, 2015.	15
Figura 3 - Mesa Trama, 2015	15
Figura 4 - Salvador Dalí e uma de suas pinturas surrealistas.....	24
Figura 5 - Sérgio Rodrigues em seu estúdio.....	27
Figura 6 - Artefatos projetados por Karim Rashid	31
Figura 7 - Sérgio Rodrigues em Poltrona Mole	33
Figura 8 - Ilustração da criação da Poltrona Mole	34
Figura 9 - Publicidade na revista Veja	36
Figura 10 - Café Campana no Museu de Orsay	37
Figura 11 - Melissa Campana.....	37
Figura 12 - Etiqueta de Marc Jacobs	40
Figura 13 - Takashi Murakami	41
Figura 14 - Produtos licenciados de Takashi Murakami	41
Figura 15 - O designer autoprodutor.....	46
Figura 16 - Estante Book Worm, Ron Arad.....	47
Figura 17 - Maquinário desenvolvido pelo projeto Precious Plastic.....	50
Figura 18 - Processo produtivo I do Design.....	50
Figura 19 - Perfil de Instagram do I do Design	51
Figura 20 - Proposta de Design Hub	52
Figura 21 - Design como mediação criativa, ativa e propulsória.....	54
Figura 22 - Cadeira Vó Judith	56
Figura 23 - Estante Ivy Shelf, Dominic Wilcox	57
Figura 24 - Banco Sisieda, Studio Lievito.	58
Figura 25 - Navegação de site do Estúdio BM.....	61
Figura 26 - Perfil do designer Sérgio J. Matos.....	62
Figura 27 - Postagem de bastidores de campanha	63
Figura 28 - Postagem de texto no Twitter	64
Figura 29 - Postagem de texto no Facebook.....	65
Figura 30 - Projeto da Mesa B&W	66
Figura 31 - Perfil de designers no LinkedIn	67
Figura 32 - Interface do Mymo.....	70

Figura 33 - Peças de vestuário Kynemactics.....	71
Figura 34 - Interface de projetos Shapeways	72
Figura 35 - Pagina da Campanha de desenvolvimento de produto na plataforma Kickstarter.....	73
Figura 36 - Smartable (2017).....	74
Figura 37 - Utilização da Smartable.....	75
Figura 38 - Cadeira Fuzl (2017).....	76
Figura 39 - Peças e montagem da cadeira Fuzl	76
Figura 40 - Produção e entrega da cadeira Fuzl.....	77
Figura 41 - SPYNDI.....	78
Figura 42 - Sistema de encaixes SPYNDI	78
Figura 43 - Possibilidades de montagem da SPYNDI.....	79
Figura 44 - Processo de produção da SPYNDI	79
Figura 45 - Semelhança na forma das cadeiras modernas	82
Figura 46 - Carrinho de chá (1927).....	84
Figura 47 - Cadeira Wassily (1925).....	83
Figura 48 - Poltrona Mole (1961), Sérgio Rodrigues.	84
Figura 49 - Namoradeira, Zanine Caldas.....	85
Figura 50 - Publicidade da poltrona saco, Bean bag.	87
Figura 51 - Sofá Mae West (1974), Salvador Dali.	88
Figura 52 - Estante Carlton (1981).....	90
Figura 53 - Cadeira do artesão Jasson Gonçalves.....	89
Figura 54 - Poltrona Sand (1981), Fúlvio Nanni.....	89
Figura 55 - Cadeira São Paulo (1987).....	90
Figura 56 - Peças da coleção Desconfortáveis (1989)	91
Figura 57 - Cadeira Vermelha e sua produção.....	94
Figura 58 - Cadeira Mulher.....	96
Figura 59 - Cadeira Barroca	95
Figura 60 - Sistema Modular, Ovo Design (2007).....	95
Figura 61 - Poltrona Mandacaru, Baba Vacaro.....	96
Figura 62 - Poltrona Bodocongó.....	98
Figura 63 - Banquinho Bate-papo.....	97
Figura 64 - Armário José (2011), Maurício	97
Figura 65 - Mesa Cone, Nildo Campolongo.....	98

Figura 66 - Inês Schertel e seu trabalho com feltro de lã.....	99
Figura 67 - Ricardo Graham e a marcenaria tradicional.....	99
Figura 68 - Domingos Tótora e a modelagem fruto de descarte.....	100
Figura 69 - Mesa Bordado, de Bianca Barbato.....	101
Figura 70 - Os Campana e Espedito Seleiro	101
Figura 71 - Produção do mobiliário autoral brasileiro.	102
Figura 72 - Guarda-roupas GSA.....	102
Figura 73 - Cadeira Paraíba	104
Figura 74 - Bonequeiras de Esperança	104
Figura 75 - Banco Bode véio	105
Figura 76 - Poltrona Arreio.....	105
Figura 77 - Revisteiro, bar e cavalete	105
Figura 78 - Banco Arapuca	106
Figura 79 - Poltrona Caçuá.....	106
Figura 80 - Poltrona Duna.....	106
Figura 81 - Banco Centopeia	107
Figura 82 - Gaveteiro Sanfona.....	107
Figura 83 - Cadeira	107
Figura 84 - Cadeira Ivy	107
Figura 85 - Cadeira Bissetriz	108
Figura 86 - Cadeira Vazio	108
Figura 87 - Gaveteiro.....	108
Figura 88 - Processo de autoprodução.....	118
Figura 89 - Roteiro para a entrevista	123
Figura 90 - Procedimentos para a coleta	124
Figura 91 - Guião da entrevista	124
Figura 92 - Edson Martone e Klivisson Campelo - Estúdio Galho	138
Figura 93 - Desenvolvimento de projeto na empresa Pulsar	139
Figura 94 - Ação de promoção no espaço físico do estúdio Galho e Pulsar.....	139
Figura 95 - Peças de madeira de produção própria.....	140
Figura 96 - Alças cortadas à laser no estúdio.....	140
Figura 97 - Produtos autoproduzidos.....	141
Figura 98 - Produtos licenciados	142
Figura 99 - Postagem do estúdio Galho sobre a Villa Sanhauá	143

Figura 100 - Localização do estúdio na Villa Sanhauá	143
Figura 101 - Vista aérea do centro histórico	144
Figura 102 - Feirica, um dos eventos para movimentar o entorno.....	145
Figura 103 - Designers da Galho na High Design Expo 2019	146
Figura 104 - Estabelecimentos da Villa Sanhauá de portas fechadas.....	146
Figura 105 - Vencedores do Prêmio Casa e Jardim 2021	147
Figura 106 - Visita à fabrica na Itália por vencer o Prêmio Casa e Jardim 2021	147
Figura 107 - Divulgação do estúdio Galho para participação do Salone del Mobile	148

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Estratégias metodológicas.....	19
Quadro 2 - Sistemas de microprodução	45
Quadro 3 - Estrutura lógica a partir do problema de pesquisa.....	110
Quadro 4 - Abordagens da autoprodução.....	113
Quadro 5 - O processo de design.....	117
Quadro 6 - Resultados visuais dos processos de design	119
Quadro 7 - Etapas do projeto de design	120
Quadro 8 - Campo dos métodos de análise de conteúdo.....	125
Quadro 9 - Desenvolvimento da análise	127
Quadro 10 - Processos produtivos	131
Quadro 11 - Elementos referentes ao processo produtivo.....	132
Quadro 12 - Elementos referentes à forma.....	133
Quadro 13 - Elementos referentes à obtenção de cor	134
Quadro 14 - Elementos referentes ao material	135
Quadro 15 - Ficha de análise: parte 1	136
Quadro 16 - Análise das funções: parte 2.....	137

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 AUTORIA NO DESIGN	22
1.1 O que é o Autor?	22
1.2 O nome do Designer no Brasil	32
1.3 O Design Assinado	39
2 A AUTOPRODUÇÃO	43
2.1 Definindo a autoprodução	44
2.2 O modelo de produção e a estrutura de mercado	53
2.3 A natureza dos produtos e o processo de design	55
2.4 A autopromoção no meio digital	58
2.4.1 Página da internet	60
2.4.3 Twitter	64
2.4.4 Facebook	65
2.4.5 Behance	66
2.4.6 LinkedIn	66
2.5 Modos de atuação contemporâneas	68
3 O MOBILIÁRIO BRASILEIRO AUTORAL	81
3.1 O modernismo e o início de uma identidade	81
3.2 A influência do Novo Design	86
3.3 A pluralidade brasileira no design contemporâneo	93
3.4 O design e a referência artesanal	98
3.6 Linha do tempo	102
3.5 Mobiliário nordestino contemporâneo	103
4. METODOLOGIA	110
4.1 Coleta de dados	116
4.1.1 Quem?	117
4.1.2 Como?	118
4.1.3 Criação	119
4.1.4 Produção	121
4.1.5 Distribuição	121
4.1.6 Comunicação	121
4.2 Entrevista	122
4.3 Sobre procedimentos de análise	125
4.4 Codificação e categorização	128
4.5 Análise da entrevista	130
4.6 Material	134
4.7 Ficha de análise	135
5 O ESTÚDIO GALHO	138
6 ANÁLISES	149
6.1 Análise das entrevistas	149
6.1.2 Caráter motivacional	149

6.1.3 Relação entre o manual e o digital.....	153
6.1.4 Expressão criativa.....	160
6.1.5 Processo produtivo.....	164
6.2 Análise dos produtos.....	171
6.2.1 Mobiliário autoproduzido.....	171
6.2.2 Mobiliário licenciado.....	181
6.3 Síntese interpretativa.....	193
7 AVALIAÇÃO E INTERPRETAÇÃO.....	195
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	202
9 REFERÊNCIAS.....	206
APÊNDICE A – LEVANTAMENTO DOS DESIGNERS.....	21909
APÊNDICE B – ROTEIRO PARA ENTREVISTA.....	219
ANEXO A – PORTFOLIO ESTÚDIO GALHO.....	226
ANEXO B – EDITAL DE SELEÇÃO VILLA SANHAUÁ.....	260
ANEXO C – TERMOS DE AUTORIZAÇÃO.....	266

INTRODUÇÃO

A relação entre o design de produto e a produção de novos artefatos vem sendo modificada ao longo dos anos desde o surgimento da Revolução Industrial e os primeiros questionamentos surgidos de sua avassaladora influência nos destinos das sociedades modernas. Também é possível assinalar o surgimento de novas abordagens, seja através da introdução de novas tecnologias, de tendências ou demandas do consumidor, que condicionam e, ao mesmo tempo, impulsionam o exercício do design. O fato é que o designer contemporâneo se vê imerso em novos “problemas” ou “exigências” de uma sociedade cada vez mais complexa, desenvolvendo meios diversos para atuar além da produção de grandes tiragens.

Emerge neste cenário a autoprodução¹, um sistema produtivo em que o designer – desenvolvendo seu trabalho autoral e de acordo com uma estratégia própria – é responsável por gerenciar o processo de design em sua totalidade: a concepção, produção, distribuição e comunicação de seus produtos (figura 1). Neste fenômeno, o *know-how* artesanal, a inclinação para a experimentação de novas tecnologias e a liberdade promovida pelo controle do sistema produtivo são fatores destacáveis.

Figura 1 - Processo de autoprodução.



Fonte: Mazzarella (2014).

¹A autoprodução aqui tratada refere-se ao processo de produção por parte do designer, excluindo o processo de autoprodução por parte de usuários/consumidores, melhor detalhadas adiante.

Apesar de não ser novidade — como a experimentação tecnológica das décadas de 1920 e 1930 ou do design italiano das décadas de 1970 e 1980 — o fenômeno da autoprodução, segundo Ferrara (2001), ganhou novo fôlego com jovens designers londrinos na década de 1990, espalhou-se pela Europa e pode ser encontrado em várias partes do mundo, com as devidas modificações de acordo com os contextos culturais, sociais e geográficos.

Há pouco registro sobre a autoprodução no design brasileiro sob a perspectiva de sua existência como sistema produtivo, com a maioria do seu reconhecimento por parte de pesquisadores estrangeiros. Essa condição acabou por motivar a escolha do tema, que ocorreu depois da identificação incidental de sua ocorrência durante pesquisa² de mestrado da autora, que tratava das referências artesanais na produção autoral do mobiliário contemporâneo brasileiro. Depois de entrar em contato com alguns estudos, pareceu interessante continuar a pesquisar o design de mobiliário a partir desta perspectiva.

E quando se trata do design autoral brasileiro, o mobiliário se destaca por ter maior representatividade e reconhecimento por meio de premiações e feiras de design conceituadas. Os Campana, referência do design brasileiro no exterior e que começaram sua jornada no design com a autoprodução de mobiliário, possuem peças exibidas em museus mundo afora. Uma das justificativas para isso, segundo Borges (2010, p.8), é que:

O segmento moveleiro permite doses de experimentação proibitivas nos setores dependentes de altos investimentos, o que redundava numa maior liberdade projetual, e em consequência, torna os móveis numa expressão privilegiada do seu tempo. Não é à toa que, quando se fala em design, o senso comum estabeleça uma associação imediata com móveis.

Borges aponta ainda que o que conta a favor dos móveis é a rapidez com que eles podem ser executados a partir de seu projeto em comparação com outros produtos industriais que demandam tempo e investimento financeiro alto, como é o

²FERNANDES, Y. M. DE M. E C. A referência do artesanato no design de mobiliário contemporâneo brasileiro. Dissertação (Dissertação em Design) – UFPE. Recife, 2016.

caso de certos produtos plásticos, e todo o processo de feitura do molde e peças para se chegar ao protótipo.

Autores italianos (FERRARA, 2011; MAZZARELLA, 2014; PASCA e TRAPANI, 2001; BIANCHINNI e MAFEI 2012; BELLAVITIS, 2014), destacam também a vontade de concretizar projetos que não seriam de interesse imediato da indústria.

Muitos designers desenvolvem produtos e constroem protótipos que podem ser promovidos em feiras, premiações e pela mídia, e acabam posteriormente conseguindo licenciá-los para produção industrial, o que leva Ferrara (2001) a destacar a autopromoção como um importante aspecto desta atividade.

Por outro lado, novos recursos produtivos possibilitados por novas tecnologias da era da informação, como o financiamento coletivo de projetos criativos, permite levar adiante o desenvolvimento e produção de produtos com a anuência do seu consumidor final, modificando a estrutura das relações de produção e consumo.

Outro aspecto a ser destacado é que ao mesmo tempo que lidam com processos de tecnologia avançada, o designer autoprodutor carrega o *know-how* artesanal, do fazer manual, e desta maneira eleva o processo criativo através da experimentação. Tal prática é carregada de potencial para a inovação, que além de possibilitar a expressão e autonomia do design autoral, atrai a atenção da indústria que busca assimilar a criação como estratégia para a competição, inerente ao mercado globalizado.

A experimentação foi título de uma das categorias de classificação do design do mobiliário contemporâneo brasileiro propostas pela autora desta investigação, já citada. Ao pesquisar a referência do artesanal na produção autoral desses designers, identificou-se o uso de elementos associados aos trabalhos manuais e artesanato tanto em elementos de sua configuração formal quanto em técnicas aplicadas no processo produtivo.

O uso de tais recursos não era regular, sua aplicação era variada e dependia do material utilizado, da técnica empregada e da função simbólica que se buscava aplicar no produto. O trabalho da designer Bianca Barbato ilustra esta categoria: por meio de técnicas modernas como o corte a laser, recorta em chapas de metal padrões florais comuns na renda em sua cadeira que leva o mesmo nome (Figura 2); já na mesa Trama (Figura 3), utiliza a marchetaria para construir – de forma manual – seu tampo, mesmo que em materiais não convencionais à técnica.

Figura 2 - Cadeira Renda, 2015.



Fonte: <https://biancabarbato.com/>.

Figura 3 - Mesa Trama, 2015



Fonte: <https://biancabarbato.com/>.

Os trabalhos dos pesquisadores europeus Mazzarella (2014), Ferrara (2011) e Dias (2014) mencionam a autoprodução brasileira, mas retratam apenas a questão do desenvolvimento de produtos junto a comunidades que executam trabalhos manuais e artesanato, deixando de lado o trabalho autoral materializado por outros processos produtivos. Já Bianchini e Maffei (2014) reconhecem, mesmo que sem profundidade,

a capacidade inventiva de brasileiros para autoproduzir em virtude das necessidades de um país em desenvolvimento, e referem o trabalho criativo dos brasileiros pelo termo popular “gambiarra”.

Pasca e Trapani (2001) citam um trabalho dos Campana e uma oficina ministrada por eles como representação da autoprodução brasileira. Já Dias (2014), em sua dissertação, aborda a autoprodução, e pôs em análise diversos setores sob a perspectiva da economia criativa e empreendedorismo, especialmente dos formandos da UFMG, caracterizando a atividade como “manufatura criativa”.

Inserido no contexto da complexidade e no meio de transformações decorridas da era da informação, a autoprodução engloba a atuação do designer com empreendedor, autogestor e criador, e ao mesmo tempo que lida com processos analógicos e manuais, precisa do conhecimento e uso de recursos digitais, seja no projeto, na execução ou na relação de comunicação.

O intuito do presente estudo foi explorar o fenômeno da autoprodução no design de mobiliário autoral de jovens designers, que começavam a empreender e estavam desenvolvendo, através da prática, um método próprio de produzir seus artefatos e gerir seu negócio. Na época do desenvolvimento do projeto da pesquisa, o cenário demonstrava estabilidade, as tecnologias produtivas como o CNC começavam a ficar cada vez mais populares e acessíveis, e a pesquisadora vinha da conclusão de uma pesquisa exploratória com o mobiliário contemporâneo. O contato prévio com o design independente antes da pesquisa de campo indicava que o tema era promissor.

Infelizmente, a pandemia de covid-19 teve um impacto considerável na totalidade da pesquisa. A falta de recursos e a janela de tempo para realizar mais estudos foi determinante. A bolsa de incentivo à pesquisa foi utilizada e posteriormente descontinuada durante o isolamento social, e os produtores independentes ainda se recuperam da crise econômica. Tal circunstância modificou a abrangência do trabalho, inicialmente abarcaria designers brasileiros, então por limitações financeiras e de segurança de saúde da pesquisadora, que possui condição crônica que configura risco para a covid 19, decidiu-se limitar o objeto de estudo para o Nordeste.

O isolamento social, juntamente com a má administração do governo federal em um período de instabilidade e falta de políticas públicas que assegurassem o

microempreendedor, fez com que o estúdio de design aqui analisado mudasse a maneira de trabalho para poder manter-se no mercado, saindo da produção própria para o design assinado, sob licenciamento e praticado através de *homeoffice*. Com a crise econômica agravada, o alto custo do transporte e a crescente alta no preço dos insumos, a manutenção do espaço de trabalho, os custos de produção e de distribuição ficaram proibitivos para um negócio no início de sua jornada.

Esta situação acabou por afetar um aspecto que se pretendia investigar, referente ao espaço físico de produção própria e de distribuição de um negócio local, nordestino, para o público de outras regiões de um país de proporções continentais. No entanto, foi possível registrar seu percurso de adaptação, abrindo mão da execução própria, mas não de características formais que continuassem a falar com a linguagem que o grupo construiu ao longo de sua existência. Após um período de experiência com esse tipo de produção, exigências foram postas em contrato para garantir que o produto final estivesse de acordo com a idealização e nível de qualidade determinada pelos designers, estabelecendo o maior controle possível sobre a materialização do artefato.

Como dito, o sistema é por essência composto por uma organização própria do designer, que a coordena. Perceber a maneira como o processo é planejado e executado será enriquecedor para visualizar como o fenômeno acontece no Brasil e por uma perspectiva local, mas para uma melhor compreensão de sua existência e atuação, acredita-se que a investigação das motivações pela escolha deste modo de produção também será esclarecedora.

A investigação da motivação e abordagem do designer ao adotar a autoprodução visa compreender o direcionamento que ele dá ao seu trabalho, seu posicionamento quanto a questões culturais, ambientais, sociais e tecnológicas da produção, assim como uma projeção do futuro da sua profissão. Desta forma, as perguntas que norteiam o desenvolvimento da pesquisa são: quem é, como atua e o que leva o jovem designer de mobiliário nordestino a optar pela autoprodução?

Em conformidade com a base teórica, o estudo iniciou com as hipóteses para escolha e abordagem da autoprodução e sobre a atuação dos jovens designers de mobiliário contemporâneo nordestino:

- A autoprodução como único meio de materializar os projetos de cunho autoral, associados à inovação, à experimentação e ao controle de todos os processos criativos;

- Possuem *know-how* artesanal, inclinados para a experimentação com técnicas manuais de produção;

- Possuem familiaridade com tecnologias e com a internet, faz uso delas em pelo menos uma parte dos processos;

O objetivo geral deste estudo é analisar o fenômeno da autoprodução no design autoral de mobiliário contemporâneo nordestino, considerando os elementos e processos de sua atividade (projeto, produção, distribuição e comunicação), a dimensão da tecnologia em seu trabalho e a sua motivação por empreender através do design autoral. Já quanto aos objetivos específicos, buscou-se:

- Contextualizar a autoprodução no design de produto e reconhecer sua prática no design de mobiliário brasileiro;
- Identificar e analisar a atuação do designer de produto no processo de autoprodução do mobiliário autoral contemporâneo;
- Compreender a relação do *know-how* artesanal e a tecnologia na atuação do design autoprodutor de mobiliário autoral nordestino;
- Investigar se a busca pela liberdade projetual e a expressão individual influencia na escolha do jovem designer pela autoprodução.

Quadro 1 - Estratégias metodológicas

OBJETIVOS		ETAPAS			ATIVIDADES			TÉCNICAS				
		Contextualizar a autoprodução no design de produto e reconhecer sua prática no design de mobiliário nordestino;		DEFINIÇÃO E PLANEJAMENTO			Revisão de literatura	Definição da dimensão teórica (design de mobiliário, autoprodução, design autoral, pós industrial)			Pesquisa bibliográfica	
DEFINIÇÃO E PLANEJAMENTO				Levantamento	Mapeamento de designers que pratiquem autoprodução			Pesquisa em livros, periódicos impressos e eletrônicos, catálogos, premiações e feiras de design.				
DEFINIÇÃO E PLANEJAMENTO				Seleção do caso	Definição de critérios e seleção de designers a serem analisados no estudo de caso; Delimitação do protocolo para as pesquisas de campo;			Pesquisa bibliográfica; Pesquisa em perfis nas plataformas digitais;				
Identificar e analisar a atuação do designer de produto no processo de autoprodução do mobiliário autoral contemporâneo, avaliando as dimensões de criação, produção, distribuição e comunicação; Compreender a relação do <i>know how</i> artesanal e a tecnologia na atuação do design autoprodutor de mobiliário autoral brasileiro; Investigar se a busca pela liberdade projetual e a expressão individual influenciam na escolha do jovem designer pela autoprodução;		PREPARAÇÃO, COLETA E ANÁLISE			Estudo de caso	Revisão do protocolo e execução do caso			Método de procedimento de estudo de caso único			
		PREPARAÇÃO, COLETA E ANÁLISE				Pesquisa de campo			- Entrevista semiaberta - Pesquisa documental - Registros fotográficos - Presença digital			
		PREPARAÇÃO, COLETA E ANÁLISE				Análise de dados			Análise e interpretação das informações coletadas			
		ANÁLISE E CONCLUSÃO			Análise	Análise dos produtos de mobiliário: - processo produtivo - configuração formal - dimensão estética, prática e simbólica; - relação com o artesanal			Aplicação de ferramenta de análise dos produtos;			
		ANÁLISE E CONCLUSÃO				Relato de estudo de caso						
		ANÁLISE E CONCLUSÃO			Conclusões							

Fonte: A autora.

O capítulo 1 traz as discussões do conceito de autoria no design, passando pelas proposições de filósofos e de designers. Tenta ilustrar como a autoria manifesta-se no trabalho do designer, assim como debater o design de autor como autoexpressão e do poder midiático e publicitário da exploração da imagem do autor.

O Capítulo 2 apresenta uma breve incursão pelo fenômeno da autoprodução, porém capaz de explicitar o suporte utilizado para embasar as análises das peças nos capítulos seguintes. Serão abordados o conceito de autoprodução, as possibilidades produtivas disponíveis ao designer hoje – especialmente os jovens, que são familiarizados com as novas tecnologias – suas relações de promoção e comunicação com os usuários na ambiência das plataformas digitais.

O Capítulo 3 realiza uma contextualização, em ordem cronológica, da trajetória do design de mobiliário autoral brasileiro, de quando começou a busca uma por uma identidade nacional, até a pluralidade do design contemporâneo. Aqui se põe às claras breve discussão dos aspectos da configuração do produto, bem como de seus processos produtivos, além de reflexão do contexto cultural em que se inserem, práticas que fizeram a atividade ganhar notoriedade. Também é discutida a produção de mobiliário autoral contemporâneo nordestino.

No Capítulo 4 são expostos os procedimentos e escolhas metodológicas para a realização do estudo de caso, são descritas as etapas da coleta de dados e as ferramentas distintas de análise.

No capítulo 5 identifica-se o *corpus*, o estúdio GALHO, retratando brevemente o processo de construção do empreendimento para melhor compreensão antes das análises.

No Capítulo 6, analisa-se a entrevista realizada com os designers e os produtos, licenciados e autoproduzidos, utilizando como ferramenta a análise de conteúdo. Bardin é uma das estudiosas mais frequentes quando se trata de análise de conteúdo, e por isso, é trazida como uma das referências centrais deste estudo.

No Capítulo 7, a investigação põe em consideração e interpreta dois suportes distintos, as entrevistas e os produtos, capazes de fornecer informações sobre o exercício da autoprodução no design autoral de mobiliário contemporâneo brasileiro, considerando processos de sua atividade (projeto, produção, distribuição e comunicação) no cenário pós-pandêmico e relacionando-os com os temas elencados.

Ao final, são feitas as conclusões acerca do estudo, apontando as adaptações necessárias para a pesquisa assim como a trajetória do grupo, por precisarem mudar de sistema produtivo e ceder parte do controle dos processos de design. Também são expostas recomendações para possíveis estudos acerca do tema.

1 AUTORIA NO DESIGN

Objetivou-se aqui trazer as discussões acerca do designer enquanto autor e destacar as nuances do design autoral contemporâneo, e por consequência, fundamentar o entendimento de sua atuação como autoprodutor. Tendo como norte um possível desejo desse profissional por autoexpressão como motivação para empreender, passando pelo controle total do projeto, produção e distribuição, são levantados aspectos que tentam contextualizar a escolha da adoção desse modo de atuação.

1.1 O que é o Autor?

O senso comum tem o autor como o responsável por algum feito ou como criador de algo. Com conotações positivas ou negativas, é uma maneira de atribuir responsabilidade a alguém. O termo autor, de acordo com o dicionário Michaelis³, é:

1. Aquele que é causa primária e principal de algo 2. Aquele que é o criador de ou que projeta alguma coisa; criador, descobridor, inventor. 3 Indivíduo que é o responsável pela fundação ou instituição de algo; fundador; instituidor 4. Escritor de obra literária, científica ou artística 5. Pessoa que compõe obra artística ou musical; artista, pintor, escultor etc.; compositor, músico 6. Aquele de quem alguma coisa nasce ou procede; pai.

Ao pesquisar a origem etimológica de autoria, Weymar (2010, p.91) percebe que autoria, estilo, criação e expressão, se associam etimologicamente de três maneiras. Primeiramente, estilo (ou modo de expressão) com expressão. Em seguida, autoria (fazer crescer) com criação (de criar, crescer); e por fim, expressão (ex, fora de) com autoria (crescer, aumentar o que está fora de si).

Nesse sentido, as discussões que envolvem o conceito de autor e autoridade começam depois dos trabalhos de Michel Foucault⁴ e de Roland Barthes⁵ no fim da década de 1960, que mesmo tratando do gênero literário, serviram de base para desenvolver as reflexões em outras áreas.

³ AUTOR. In MICHAELIS Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. São Paulo: Melhoramentos, 2023. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=Autor>.

⁴ Michel Foucault (1926-1984) foi um filósofo, historiador das ideias, teórico social e crítico cultural francês. É reconhecido como uma das figuras mais influentes no campo da teoria social e filosofia política.

⁵ Roland Barthes (1915 – 1980), francês, foi um influente pensador, crítico literário e semiólogo. Contribuiu de maneira significativa para o desenvolvimento da teoria literária e cultural do século XX.

Por sua vez, Azevedo e Campos (2017) sugerem que para compreender como nasce o conceito de autor no ocidente, é preciso entender como surge o conceito de indivíduo. Michel Foucault (1969) e Stuart Hall (2006) destacam que a noção de identidade ou indivíduo como conhecemos hoje começa a partir do Renascimento, no período Moderno, quando há uma desvinculação da noção de atribuição divina ao “destino” do homem.

Foucault afirma que a identidade individual é moldada pelas forças sociais, institucionais e discursivas, em que as normas e práticas de poder podem influenciar a formação dos sujeitos. Ou seja, entender a subjetividade individual não é uma tarefa simples, é preciso levar em consideração as estruturas sociais em que o sujeito está inserido. Hall (2006) acrescenta que a identidade é um processo em constante transformação, não é fixa, sempre modificada de acordo com as mudanças sociais e culturais. Dessa forma, o conceito de autor surge a partir do nascimento do indivíduo, que passa a ser tão importante, que é essencial para a identificação como o criador.

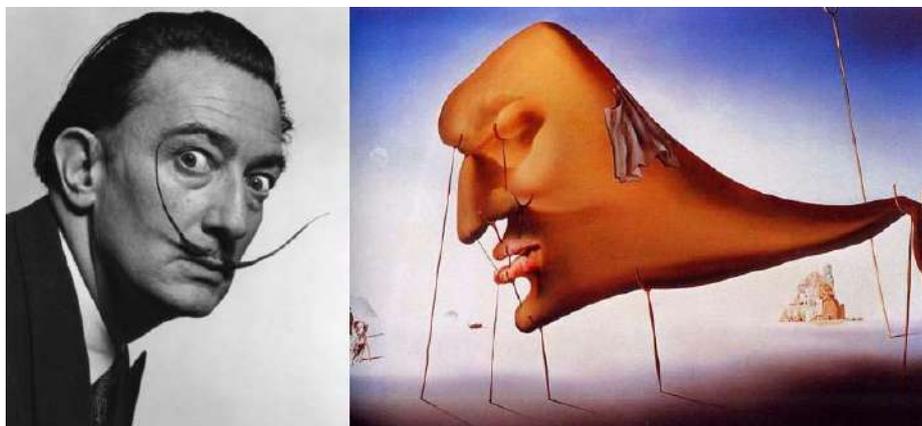
Identificar o autor do texto não era uma regra, pois por muito tempo a produção humana era considerada uma maneira de transmitir a mensagem de Deus. Mas quando surgia um texto cujas ideias iam contra as normas religiosas da época, o conhecimento de sua autoria de fazia necessário. Neste caso, associar autoria ao texto surge da intenção de punir quem o criara. Essa “censura pastoral”, como diz Foucault, não era só o impedimento das práticas heréticas, mas também o controle do discurso. E esse controle também se estendia à produção de artefatos por artesãos (os produtores de artefatos da época) e artistas, que deviam usar temáticas religiosas. Já aos textos que hoje são tidos como científicos, eram atribuídos autores para garantir o valor de “verdade” ou “autoridade” ao que estava sendo dito.

A partir do momento que ocorre a valorização do indivíduo, a sociedade passou a necessitar saber a autoria das produções. Da modernidade em diante, conhecer o nome do autor geralmente não é o bastante, busca-se saber sobre mais aspectos de sua vida que possam ser associados à obra que produziu.

Na associação de Salvador Dalí com uma de suas obras (Fig. 4), por exemplo, a expectativa do observador de uma imagem surreal é atendida pela figura excêntrica que o artista apresenta. Ao observar relógios derretendo e figuras humanas em paisagens e atividades impossíveis, é de se esperar que o autor não seja uma pessoa

que aparente ou performe “normalidade”, que se destaque da imagem concebida do homem daquela época.

Figura 4: Salvador Dalí e uma de suas pinturas surrealistas.



Fonte: <https://arteref.com/arte-moderna/salvador-dali/>

Ao terminar um livro, saber sobre a origem do autor pode elevar a compreensão dos acontecimentos da história, e as particularidades deste ser quem é, e de onde é, podem incentivar ou desestimular o consumo da obra literária. Se Carolina Maria de Jesus não fosse a autora de “Quarto de despejo: Diário de uma favelada”, e sim uma mulher branca de classe alta, a obra seria avaliada sob outra perspectiva, e possivelmente não teria o mesmo impacto, pois que autoridade tem uma mulher branca e rica para falar das dificuldades de uma mulher favelada?

Em seu ensaio “A morte do autor”, Barthes (1967) defendia a ideia de que a intenção ou autoridade do autor deve ser deixada de lado, uma vez que buscar dar uma cara (um autor) ao texto, um significado final, é como aprisioná-lo. Ele defendia a importância do leitor e de suas múltiplas interpretações do texto, ou seja, em vez de buscar significados analisando a vida do criador, que o leitor crie suas próprias conclusões com base em seu próprio repertório. Argumentava ainda que o texto é sempre baseado no conjunto de outros textos anteriores, de diversas autorias, e que esses tantos significados não cabem ao autor, mas ao leitor.

É em resposta a Barthes que Foucault em 1969 escreve “O que é um autor?”, argumentando que o autor não morreu, ele mantém seu espaço preservado através da noção de obra (e da noção de escrita). O autor não estaria fixo em um nome próprio ou à identidade tradicional do indivíduo, seria uma espécie de “entidade”, que exerce uma função: a **função-autor**. Ou seja, ser autor não é uma característica inerente ao

indivíduo, mas uma função performada dentro de um sistema de práticas discursivas, e que este ser não é a fonte única de significado, sendo influenciado por fatores sociais, históricos e políticos. O autor destaca ainda o papel que diversas instituições da sociedade ao moldar o que é tido como aceitável ou como verdade, estabelecendo uma relação de poder.

Mesmo que essas ideias girem em torno de obras literárias, é possível associar a outros tipos de produções humanas, como obras de arte e produtos. De acordo com Barthes, o autor não teria mérito exclusivo ao dar vida a um novo objeto, e deveria ser eliminado. De fato, para criar algo o repertório individual é essencial, e este é construído a partir da relação do indivíduo criador com “coisas” que já existem. Buscar referências de “coisas que já existem” é parte da metodologia de projeto do design. E a partir do momento em que o novo artefato ganha vida e é passível de observação ou interação por outras pessoas, a interpretação e relação é imprevisível e subjetiva, portanto, pertence ao observador/usuário, e não ao autor. Esta relação já é amplamente discutida no design, é sabido que por mais que a intenção durante o processo de projeto seja meticulosamente direcionada para sugerir uma relação específica, ela não está sob o controle de quem cria. De toda forma, não é possível retirar totalmente a importância do autor neste processo, uma vez que a identificação de um indivíduo por um artefato criado pode, sim, ter sido atingida pela intenção do autor ao utilizar do elemento que causou tal processo, ou até mesmo pela associação do que foi criado com quem o criou. Segundo Poyner (2010, p. 120), "até certo ponto é impossível que um design não seja baseado em gosto pessoal, entendimento cultural, crenças sociais e políticas e profundas preferências estéticas".

Nicolas Mourriaud em *Estética Relacional* (1998) critica a expressão individual do artista como um “gênio” criativo isolado e detentor da verdade, e argumenta que a arte é uma negociação aberta entre criador e público sobre as possibilidades de existência e significado. O mesmo pode ser atribuído ao design: criar é uma negociação que começa a partir do momento que o artefato ganha vida e pode ser visto ou manipulado (Mermoz, 2006, p. 79).

Segundo Pires e Weymar (2015), embora a questão da autoria no design como área de estudo seja recente, há muito tempo se pratica o design autoral. No entanto, é somente nas décadas de 1980 e 1990 que os designers questionam e exploram seus limites, com diversos debates sobre o designer como autor, produtor e

empreendedor, bem como outros papéis complementares que vão se modificando com o avanço das tecnologias.

Embora as contribuições de Bruce Mau, Michael Rock e Rick Poynor, Ellen Lupton e Anne Burdick sejam destinadas ao design gráfico, é possível absorver o que pode ser associado ao design de produto. Nesse sentido, Bruce Mau (1994) coloca que para que o designer possa ser chamado de autor é necessário o seu envolvimento em todo o processo, principalmente com o conteúdo. Seria o “produtor como autor”.

Ou seja, se para ele o designer gráfico teria que não só executar graficamente as ideias que recebe como *briefing*, deve também ser o autor da mensagem (textual). por analogia, o designer de produto também deve ter o controle da mensagem que o artefato produzido vai carregar. Então a materialização integral de sua criação deve aparecer no objeto sem interferência de quem vai produzi-lo e/ ou comercializá-lo. Esta visão reforça a importância da gerência de todos os processos do nascimento de um novo artefato, de sua concepção à produção, para que a mensagem que o objeto carrega possa realmente ser a expressão de um indivíduo, o autor.

Burdick (1993) propõe que o designer deva se considerar um autor, e não um facilitador. Essa perspectiva implica em “responsabilidade, voz, ação”. Dessa forma, surge a oportunidade para explorar a individualidade com projetos pessoais. Para ela, o design autoiniciado e autoproduzido pode ser *locus* para o crescimento profissional através da experimentação com a linguagem e forma.

Por sua vez, Michael Rock (2013), como Mourriaud, criticava a visão do design estar baseado em apenas uma pessoa, e esta ser considerada genial. O autor, assim como Lupton (1994), criticam também a atuação de designers que adotaram as visões de Barthes, que autoproclamados desconstrutivistas, utilizavam de referências intrincadas em seus trabalhos, que só podiam ser decodificadas por outros designers, e não pelo observador/usuário. O resultado seria uma “teoria romântica da autoexpressão”. Rock ainda destaca que a adoção de uma mensagem descentrada não se encaixa bem em uma relação que envolve um cliente, caso o designer trabalhe para uma empresa. Em sua maioria, o design é feito em um ambiente colaborativo, seja com a empresa contratante ou num estúdio de design, que podem ter especificações para requisitar um projeto. Já para o designer que autoproduz, talvez a relação não seja com a contratante, e sim com o consumidor. É desejável que ele consiga identificar-se com as mensagens contidas no produto, então

a autoexpressão autoral também tem que levar em conta se sua mensagem vai ser entendida.

Para Pires e Weymar (2015), o design autoral pode ser compreendido como o papel do designer como um produtor, com a possibilidade de expressar suas próprias preferências. Ou seja, o produto criado seria a materialização de suas decisões criativas e projetuais. Acrescentam ainda que seria um momento em que trabalha para si mesmo, não só por questões além do ganho financeiro, mas por motivação pessoal de expressão emocional, sem pressões impostas pela indústria. Zappa (2015, p. 31) ilustra essa relação ao falar de uma interação de Sérgio Rodrigues, prolífico designer de mobiliário modernista brasileiro, com Martin Eisler – um de seus empregadores – no início de sua jornada com produtos. Ao idealizar um conjunto de móveis inovador, que fugia dos moldes funcionalistas adotados na época, ouviu: “- Sergio, deixa de fazer desenho de móvel, você não dá para isso, não tem futuro. O que você está fazendo aí não tem nada a ver. Quem vai comprar isso?”.

Frustrado com a desvalorização de seus projetos originais, Sérgio se desliga da empresa e segue seu caminho para o estabelecimento de sua própria loja de design autoral – a Oca -, fundada em 1955. O empreendimento, que passou a vender peças de outros designers e a abrigar eventos de arte, iria revolucionar a ideia de móveis estabelecida na época.

Figura 5 Sérgio Rodrigues em seu estúdio



Fonte: <https://theselby.com/gallery/sergio-rodrigues-2/>

O design é uma atividade que abrange o planejamento e o desenvolvimento dos objetos, e que segundo Cardoso (1998), compõe a maioria dos artefatos que constituem a paisagem artificial do mundo moderno, num processo de investir os objetos de significados que podem variar infinitamente de forma e função. Assim, compreende a concretização de uma ideia em forma de projetos ou modelos, através da construção e configuração que resultam em um produto. As fases deste processo se denominam design, tanto em nível parcial, como na totalidade do processo (LÖBACH, 2001).

Bomfim (1995, p.9) identifica cinco fatores que determinam o desenvolvimento de um projeto:

- **Sujeito criador ou o designer**, participa do processo de produção de bens materiais de acordo com objetivos estabelecidos pela sociedade, interesses pessoais, capacidade técnica e habilidade para atender a esses objetivos;

- **Sujeito produtor**, quem se encarrega pela produção dos produtos;

- **Sujeito consumidor ou usuários** a quem os produtos visam atender as demandas;

- **A sociedade como instituição** ou representantes de interesses de grupos que determinam políticas de desenvolvimento econômico, social etc. através de normas e critérios;

- **Produto** enquanto conjunto de estrutura e funções;

Portanto, é possível compreender que o design pode manifestar tanto um conjunto de influências externas, como os valores e repertório do designer enquanto autor. E a projeção do que o indivíduo considera como sua identidade nos artefatos que consome e produz, é o que torna a atividade de design na contemporaneidade tão complexa. Cardoso (2012) conclui que se os artefatos são portadores de informações, e essas informações estão fundamentadas nas associações que o indivíduo faz entre a aparência e o contexto. Nesse sentido, o design pode atribuir certas características que promovam associações ligadas à identidade, estilo e outros fatores, o que seria a essência do valor agregado

Baseado em São Jerônimo e seu *De viris illustri busti*, Foucault (1969) utiliza alguns critérios – os que considera mais visíveis e importantes – para a atuação da função-autor, são eles:

- 1- Um nível constante de valor;**
- 2- Uma coerência conceitual ou teórica;**
- 3- Uma unidade estilística;**
- 4- Um momento histórico definido;**

Não é intenção deste trabalho definir a atuação do designer através destes critérios, até porque escrita e projeto de produto são atividades distintas e complexas em suas particularidades, mas será feita uma breve analogia com os conceitos do design e serão destacadas essas características no trabalho de designers e suas obras.

Sobre **valor** no design, Löbach (2001, p. 157) ressalta que está presente no processo de percepção estética dos produtos pelo usuário/receptor de produtos de produção industrial (Estética do valor). Tal aspecto estaria atrelado à importância dos objetos estéticos para o usuário, de acordo com seus conceitos subjetivos de valores, valores estes que estariam dentro das normas socioculturais. Mas como foi exposto anteriormente, a relação de um indivíduo com os artefatos não está apenas no processo de percepção sensorial. Esta relação pode começar com uma pesquisa na internet, num artigo de revista, numa propaganda televisiva destacando as qualidades do produto e de sua produção, de seu criador ou empresa, se estas utilizam métodos sustentáveis ou destacam sua preocupação ética, dentre tantas outras possibilidades.

Lia Krucken (2009 p.27) destaca que na sociedade pós-industrial, a produção de valor é influenciada por um conjunto de fenômenos que continuamente sofrem e provocam rearranjos, principalmente pelos avanços tecnológicos que influenciam profundamente a sociedade e o modo de vida. A autora aponta dimensões que podem ser percebidas no design:

- **Valor funcional ou utilitário:** mensurados por atributos objetivos, seria a “adequação ao uso” – referente às qualidades intrínsecas do produto, como sua composição, origem e propriedades, à segurança do consumo e aspectos ergonômicos;

- **Valor emocional:** de caráter subjetivo, engloba motivações afetivas ligadas às percepções sensoriais (táteis, visíveis, olfativos e gustativos), além do sentimento relacionado à compra e ao consumo/utilização do produto. Incorpora ainda a dimensão memorial (lembranças positivas e negativas de acontecimentos passados);
- **Valor ambiental:** associado principalmente à prestação de serviços ambientais por meio do uso sustentável dos recursos naturais;
- **Valor simbólico e cultural:** está associado ao desejo de manifestar a identidade social, pertença a grupo étnico, posicionamento político entre outras intenções. É bastante influenciado pelo contexto sociocultural (época, local) e pelos fenômenos contemporâneos. Relaciona-se à outras dimensões de qualidade, como a importância do produto nos sistemas de produção e consumo, tradições e rituais, de mitos e significados espirituais, da origem histórica, do significado de pertencimento que provoca.
- **Valor social:** relaciona-se aos aspectos sociais que permeiam os processos de produção, comercialização e consumo dos produtos. Os valores morais dos cidadãos e a atuação e a reputação das organizações na sociedade também estão presentes nesta dimensão;
- **Valor econômico:** de caráter objetivo, baseia-se na relação custo/benefício em termos monetários.

Como pontua Löbach ao falar das funções dos produtos (que será melhor detalhada mais adiante na tese), um objeto pode carregar em si mais de uma função. O mesmo pode ocorrer com a noção dos valores proposta por Krucken, a produção do designer pode agregar mais de um desses valores ao mesmo tempo.

Já por **coerência conceitual** ou **teórica**, é possível estabelecer uma relação com uma unidade reconhecível da configuração formal dos artefatos – e que também pode ser associada ao que o autor diz ser **unidade estilística** – assim como na constância da adoção dos valores estabelecidos pelo designer. Ou seja, o trabalho do designer deve possuir uma “marca”, característica singular e identificável, que reflita suas escolhas estéticas e filosofia de design. Weymar (2010, p.95) ressalta que o estilo seria uma repetição não só de conteúdo, como também da forma de expressão. “É o traço que perdura na parte mole do design e que acaba perdurando em suas invariantes”.

Ao anunciar um novo projeto do designer Karim Rashid, quem já conhece seu trabalho (Figura 6) espera algo inovador, com cores vibrantes, minimalista e provavelmente composto de formas orgânicas. E se o projeto fosse do arquiteto Oscar Niemeyer, a maioria dos brasileiros iria esperar por construções de concreto armado que desafiam tanto a física quanto a habilidade de construtores.

Figura 6 Artefatos projetados por Karim Rashid



Fonte: klassdsign.com/2011/01/16/karim-rashid/

Reforçando a noção de que não só o nome do autor importa, e que há uma busca por mais aspectos que possam ser associados à sua obra, se o designer adota algum tipo de valor como norteador de seu trabalho (e há a identificação do usuário/consumidor justamente pela adoção deste) espera-se que ele permaneça a aplicá-lo. Ou, que ao menos não adote uma postura totalmente contrária aos valores antes adotados. Se um designer constrói sua carreira com projetos de design sustentável e mão de obra ética, seria incoerente que passasse a utilizar materiais poluentes e mão de obra análoga à escravidão.

Já quanto a ter um momento histórico definido não é preciso elaborar muito, já que para toda análise da atividade humana – aliás, para praticamente tudo que é estudado pelo homem – é preciso enquadramento no espaço-tempo.

Portanto, é possível inferir que o design autoral pode ser caracterizado como a materialização das decisões criativas e projetuais do designer, e que é desejável que ele apresente ao longo de sua trajetória profissional uma coerência com valores adotados para descrever seu trabalho, assim como uma unidade estilística identificável em seus produtos.

1.2 O nome do Designer no Brasil

Zappa (2015) destaca com o depoimento do pesquisador e crítico de arte Afonso Luiz, que o primeiro momento do design brasileiro é um design sem autores. O design na América do Sul desenvolveu-se mais tarde, nos anos 1950 e 1960. No Brasil, o desenvolvimento da cultura material através do design começa a se estruturar depois do estabelecimento da Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI – em 1963, no Rio de Janeiro. Ocorreram outras iniciativas anteriores de cursos de design, como o idealizado por Pietro Maria Bardi com o Instituto de Arte Contemporânea. Não durou muito tempo, foi desativado pois a indústria não absorvia os formados (MORAES, 2006).

O autor destaca que, assim como diversos países que compõem a periferia, no Brasil o design desenvolve-se mais no campo acadêmico do que no setor industrial. Na época, os empreendedores locais não tinham interesse genuíno pela atividade do design. Os países mais industrializados – geralmente do norte global – ditavam os padrões produtivos, de comportamento e consumo.

A maioria dos produtos industrializados nos países periféricos foi concebida em outros países, para outras necessidades, outros padrões culturais, em um outro contexto geográfico, econômico, social e técnico, fazendo desta forma com que a periferia se transforme em uma grande feira internacional de produtos (BARROSO, 1981, p. 17).

A indústria demorou a estabelecer maior relação com o design no âmbito produtivo, Moraes aponta que tanto por falta de interesse – era preferível copiar o que já era sucesso no exterior – e por falta de experiência técnica industrial dos primeiros professores. É através de movimento moderno no Brasil, envolvendo as artes e a

arquitetura que começa o caminho para um design autoral, com referências, técnicas e materiais locais.

No campo do mobiliário brasileiro, a Oca, de Sérgio Rodrigues, foi pioneira na apresentação dos produtos com destaque para os materiais e o nome do designer, incentivando o protagonismo do autor na criação de suas peças. A partir dessa prática de Rodrigues em valorizar material e autoria, a proeminência do autor passa a ser mais comum. A exposição “Móveis como objetos de arte”, realizada em 1962, é considerada como um dos marcos históricos para a discussão design de autor, ou design autoral. A exposição antecipou tendências contemporâneas que enxergam o design como arte.

O designer estava insatisfeito com a desvalorização do móvel, comparando a diferença de tratamento da mídia ao citar outros objetos, como peças de arte em que o autor era nomeado, ou tapetes em que o material era destacado. Isso o motivou a enfatizar esses aspectos, tratar o móvel como um objeto de arte.

Sobre a atuação na Oca, a autora relata que o designer definiu a disposição dos móveis e decoração da loja desde o início, com um arranjo cenográfico que não era comum nas lojas da época. Segundo Loschiavo (2017), a preparação do interior da loja como cenários vinha do desejo de proporcionar ao cliente uma noção de conjunto, evitando ser um “depósito de móveis” como tantos outros. A pedido do fotógrafo Otto Stupakoff, que queria uma peça para descansar em seu estúdio, Rodrigues cria o sofá Mole, uma peça robusta de jacarandá com almofadões moles de couro, fugindo da estrutura de pés palito vigente na época. A peça daria origem à sua famosa poltrona Mole (Figura 7).

Figura 7 Sérgio Rodrigues em Poltrona Mole

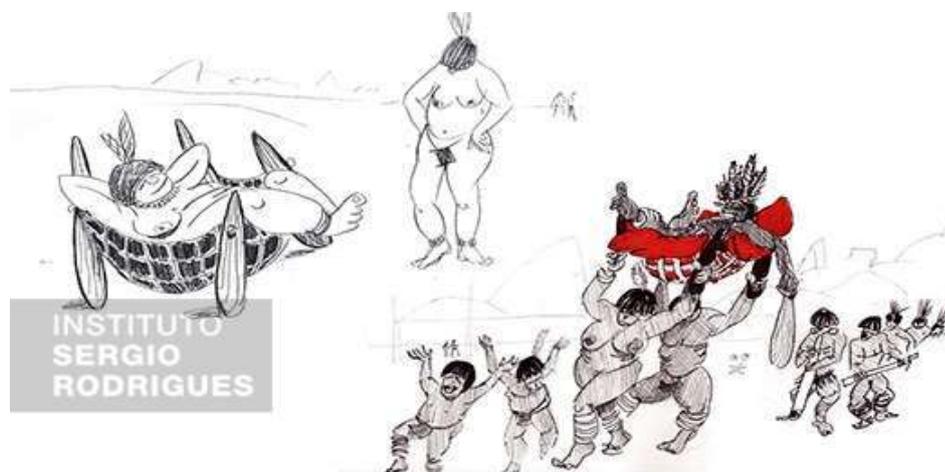


Fonte: www.vivadecora.com.br/pro/sergio-rodrigues

Quatro anos após a criação da Poltrona Mole, em 1961, Rodrigues a inscreveria (com o nome de “Sheriff Chair”) no 4º Concurso Internacional de Design de Móveis de Cantu, na Itália. Ele vence – o primeiro prêmio internacional de um brasileiro - e recebe como justificativa do júri para sua vitória, que o móvel era o único modelo que, apesar de apresentar estrutura com tratamento convencional, possui características atuais ao mesmo tempo em que era absolutamente representativo de suas região e origem, sem influência de modismos. “Fui premiado porque a poltrona valorizava a questão regional, enquanto as peças dos demais concorrentes não relevavam nada de suas origens”⁶, diz o designer.

A poltrona foi idealizada para possibilitar o máximo de conforto e descanso, sua estrutura de jacarandá maciço é torneada, e suas percintas de couro que seguram os almofadões, segundo Loschiavo (2017), possuem certa filiação formal com as redes, elemento representativo da cultura brasileira, ilustrado abaixo em desenho feito por Sérgio Rodrigues mostrando o “nascimento” do móvel.

Figura 8 Ilustração da criação da Poltrona Mole



Fonte: <http://www.institutosergiorodrigues.com.br/>

Desse modo, é oportuno destacar o pioneirismo de Rodrigues ao cuidar de múltiplos aspectos da apresentação do produto para o público, cuidando do ambiente da loja, da fotografia das peças, além de abrir caminho para a internacionalização do design nacional ao vencer premiações, impulsionando o design autoral. O

⁶ RODRIGUES, S. in BRANDÃO, 2017.

desenvolvimento do mobiliário brasileiro seguiu por duas linhas, uma da indústria com um desenho repetitivo e fruto de cópia, e um design de experimentações que era produzido de maneira artesanal e de pequena escala. Esses pioneiros do design autoral traziam *know-how* artesanal junto a propostas inovadoras, tanto em produção quanto forma e concepção.

Segundo o designer Carlos Motta⁷, até nos anos 1990, ainda havia por parte da indústria a prática da cópia de modelos, que não valorizava o design nacional. Além disso havia pouco domínio da comercialização, principalmente para exportação, com pouca qualidade e descumprimento de prazos de entrega. Por essa razão, muitos jovens designers por não conseguirem inserção na indústria, iniciavam a produção própria. “Desenhavam, buscavam fornecedores de matérias-primas, montavam suas pequenas fábricas ou terceirizavam sua produção em outras pequenas empresas” (BRANDÃO, 2017, p.22).

Mas é na década de 1990 que ocorre a internacionalização do design nacional, principalmente com o sucesso profissional dos Irmãos Campana, que passam a ter peças produzidas por grandes empresas internacionais e expor seus trabalhos em feiras e exposições. É a partir daí que o design brasileiro volta a chamar a atenção não só do país, mas do mundo. Neste período, a designer Marili Brandão com o apoio do designer e pesquisador italiano Vanni Pasca idealizam o evento Brazil Faz Design (BFD), exposição pioneira do design autoral brasileiro no Salão Internacional de Milão, Itália. A primeira edição ocorre em 1995, e seu efeito é considerado sem precedentes para a repercussão do design autoral brasileiro.

É importante destacar a repercussão que a mostra BFD teve na Itália e no nosso país. A partir desse evento, diversos designers brasileiros que participaram da mostra foram incluídos em publicações e eventos europeus importantes. No meu entender, o movimento foi um propulsor e abriu as portas para o design brasileiro mundo afora. MAGALHÃES (2017, p. 17)

⁷ Em Brandão (2017, p.22).

Figura 9 Publicidade na revista Veja



Fonte: BRANDÃO, 2017, p. 27).

Ao todo, foram realizadas seis edições do evento, que ao longo dos anos movimentou o cenário do design brasileiro, estabelecendo premiações com categoria para estudantes e possibilitando uma exposição transformadora para os jovens designers. Vanessa Espínola Coutinho, na época estudante e selecionada com um produto autoral em depoimento para Brandão (2017, p. 23), afirma que:

No contexto do BFD, foi fundamental a criação da categoria estudante dentro do prêmio. A iniciativa funcionou como um estímulo à pesquisa e ao aprofundamento na área, o que ajuda na formação de qualquer jovem designer. Os prêmios são um atrativo, claro, pois dão reconhecimento e promovem seu trabalho, porém o mais importante é a aproximação dos jovens com profissionais e o mercado, gerando um diálogo entre as gerações.

O evento foi descontinuado por diversos fatores, um deles é apontado pela idealizadora e curadora como a falta de iniciativas públicas para o fomento do design nacional. A experiência foi de grande valia para o design jovem, dando

visibilidade e possibilitando contatos para nomes que hoje são grandes representantes do design brasileiro, como os Campana e Pedro Useche.

Segundo Mônica Moura (2017), a mostra Brasil faz design selecionava projetos que possuíam certo grau de inovação e experimentação, irreverentes e que, por apresentarem características vanguardistas, muitas vezes não se encaixavam na lógica da produção industrial.

A figura dos Irmãos Campana ganha a dimensão que extrapola o mundo do design, arquitetura e decoração. Tal reconhecimento leva os designers a desenvolverem diversos projetos com grande visibilidade, como a decoração do café – que leva o nome Campana – do Museu de Orsay em Paris (Figura 10). Destacam-se as cadeiras e as luminárias com formatos de flores, que em profusão dão o efeito de campos floridos, e as esculturas alaranjadas que delimitam o espaço.

Figura 10 Café Campana no Museu de Orsay



Fonte: <https://www.urbansider.com/>

Figura 11 Melissa Campana



Fonte: <https://www.melissa.com.br/>

Os Campana também assinaram produtos de produção seriada, como os calçados e acessórios para a Melissa (Figura 11), uma das empresas da Grendene voltada para um público mais jovem. Possuem em seu portfólio trabalhos com grandes marcas, como *Louis Vuitton, Fendi, Lacoste, Edra, Lasvit e Artemide*.

A popularidade do designer chancelada pela mídia, assim como a assinatura estilística reconhecida pelo público, são fatores que facilitam a entrada nos projetos de design assinado. No sistema de licenciamento (*licensing*), o criador cede os direitos de propriedade intelectual, uso de marca e imagem previamente registradas para o uso comercial para a empresa que vai produzir e comercializar suas criações. O nome do autor (designer) dá peso, autoridade, adiciona mais valor ao produto.

Moura (2015) destaca que os profissionais de design começam a ganhar mais atenção e a ter espaços em seções, colunas e editoriais da mídia. O número de publicações especializadas aumentou, como revistas, sites e blogs. Tal fato contribuiu para que houvesse um maior reconhecimento da profissão e de seu valor na cadeia produtiva e criativa. Os eventos de design também ganharam mais importância, e a autora cita a Bienal Brasileira de Design, que depois de descontinuada na década de 1970, retorna em 2002 e segue acontecendo bianualmente. A exposição e premiação que esses eventos concedem conferem aos produtos e seus designers (assim como as empresas que produzem seus produtos) uma validação nas esferas cultural e comercial, transmitindo a noção de qualidade. A introdução de novas tecnologias a partir dos anos 1990 que impactam o sistema produtivo acabam por estimular a atividade, levando o designer a explorar as novas possibilidades de personalização dos objetos e sistemas. Tanto a produção massificada quanto a atuação independente de designers passam por ampliação e crescimento.

Diante da consolidação de um discurso em sintonia com a contemporaneidade, espaços e lojas comerciais de design transformaram-se em lojas conceituais, lojas pop-up, lojas ateliers, entrepostos, galerias, espaços culturais e coletivos, ou seja, palavras e conceitos do campo cultural e da arte foram adotados pelo mercado econômico. Os objetos e produtos de design tradicionalmente associados à produção industrial em larga e média escala convivem hoje ao lado de “peças únicas”, “peças seriadas e numeradas”, “peças assinadas”, “obras” de design que concorrem e se popularizam no mercado consumidor (MOURA, 2015, p.69).

Com uma maior prosperidade do mercado, Moura (2015) destaca que é nesse contexto que os designers (seus nomes, assinaturas e marcas) ganham maior importância e valor. Atualmente, com o protagonismo das redes sociais, a imagem do designer como autor vem ganhando novas dimensões, e sua manutenção passa a ser quase que essencial para a inserção no mercado. A grande adesão às mídias digitais, exacerbada pelo período pandêmico, faz com que esta seja a principal maneira de consumir publicidade. Em 2022, as mídias sociais figuraram como o principal canal de investimento de marketing.⁸

Desta forma, as novas relações tanto do consumidor quanto do designer com as novas dinâmicas proporcionadas pela tecnologia vão moldando a atuação do design autoral focada no indivíduo produtor. É praticamente impossível que o designer não possua presença digital em algum meio, seja perfil próprio ou dentro do universo das empresas com quem trabalha para produção e/ou comercialização.

1.3 O Design Assinado

Rock (2013) destaca que ainda em 1709 o Parlamento Britânico instituiu o Estatuto de Anne, que seria o primeiro ato sobre os direitos autorais, estabelecendo um fundamento legal para a propriedade intelectual da criação. A medida foi tomada para solucionar a impressão de escritos por impressores e livreiros, que o faziam sem consentimento de autores e, evidentemente, sem compensá-los financeiramente. A autoria compartilhada no design compreende Direitos Morais e Direitos Patrimoniais, sendo o primeiro dirigido ao designer, referente ao direito de “paternidade” oferecido àquele que gerou, e que não pode ser transferido; já o segundo, refere-se ao direito de exploração da obra, pertencente ao cliente (PIRES, 2013).

O nível de controle do designer sobre alguns aspectos do projeto e da produção pode sofrer interferência da empresa contratante, mas ao mesmo tempo, configura-se como uma ferramenta adicional para a materialização de suas criações com um suporte estrutural maior. O nível de liberdade projetual é decidido entre as partes e

⁸ *State of Inbound Marketing Trends 2022*. Pesquisa realizada por HubSpot. Disponível em: <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>. Acesso em janeiro de 2023.

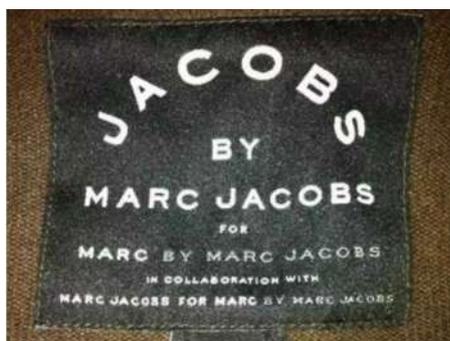
não há impedimento ideológico que desabone a atuação do designer que autoproduz e que também tem seus produtos reproduzidos industrialmente.

Moura (2015) ressalta que é preciso lembrar que os termos “design e designer” foram muito explorados a partir dos anos 1980 como estratégia de marketing da indústria, principalmente as italianas e alemãs de mobiliário e objetos. Para estimular o consumo e evitar a concorrência pós globalização, promovem o consumo e estilo alimentando um culto ao design e ao designer. Dessa forma, artefatos e seus criadores ganham espaço na mídia e instituem uma plataforma promocional, o que atrai a atenção tanto da indústria como dos consumidores.

Como arte e literatura, teatro e música, o design virou tema regular da mídia em seções de cultura nos grandes veículos de comunicação. O nome de designers de produto não possuía ressonância, e hoje as estrelas da cena do design são quase tão famosas como astros da música ou cinema. As empresas vão ao extremo de imprimir os seus nomes no que produzem, como uma assinatura do artista (HAUFFE, 1998, p.8).

Como destaca Hauffe (1998), as empresas produtoras chegam a imprimir o nome do designer em seus produtos, como a assinatura de um artista em uma pintura. Isso aumentaria o valor, e por consequência, o apelo comercial das peças, que seriam classificadas como edições “limitadas” e “assinadas”. O estilista Marc Jacobs faz uma etiqueta bem-humorada (Figura 12) sobre a exploração do nome do designer para a divulgação das peças.

Figura 12 Etiqueta de Marc Jacobs



Fonte: <https://www.reddit.com/>

Segundo Sudjic (2010), o designer francês Philippe Starck resumia como ninguém a versão contemporânea do designer como celebridade, que seria capaz de transformar objetos anônimos com sua assinatura. Ele cita o exemplo do café Costes,

projetado pelo designer. O estabelecimento vivia lotado, mas não era pela qualidade da comida nem do serviço, que dizia ser ruim, mas pela oportunidade de sentar-se em cadeiras de três pernas. Starck, segundo ao autor, teria construído sua carreira não só na força do que desenha, mas explorando sua personalidade.

Figura 13 Takashi Murakami



Fonte: <https://www.telegraph.co.uk/>

Figura 14 Produtos licenciados de Takashi Murakami



Fonte: Figuras extraídas da internet. Elaborado pela autora.

O japonês Takashi Murakami (Figura 13) ilustra e projeta diversos produtos com seus personagens coloridos, que envolvem flores sorridentes e monstros amigáveis. A temática irreverente caracteriza seu trabalho, e sua atuação é bastante diversificada, dando vida a ambientação de bares e cafés temáticos, exposições de arte, produtos de moda, brinquedos e alimentos. Com admiradores famosos, como os músicos Kanye West e Billie Eilish, possui bastante popularidade com milhões de seguidores nas redes sociais.

Não é possível afirmar que o design assinado tenha maior ou menor valor que um produto de autoria de produção própria ou uma produção anônima, a complexidade das relações é impossível de generalizar. Talvez o que seja válido para discutir seria até onde o designer utiliza mais de sua imagem e “autoridade” para vender produtos – e não a qualidade de seu trabalho – e os limites éticos dessas relações.

2 A AUTOPRODUÇÃO

O fenômeno da autoprodução continua em desenvolvimento, com novos recursos tecnológicos que a cada dia modificam a dinâmica da relação com produtos, serviços e tecnologias de produção. O termo em si é bastante abrangente, uma vez que engloba a produção por vários atores, e as funções do designer são múltiplas, ora atuando como facilitador para a produção de terceiros, ora como único agente do processo completo, trabalhando com design aberto ou com licenciamento. Por isso, faz-se necessária uma breve descrição da temática desta pesquisa, bem como a exposição das possibilidades contemporâneas disponíveis para o designer autoprodutor.

Em seu livro “*makers: the new industrial revolution*”, Anderson (2012) abre com o exemplo de seu avô: um trabalhador de fábrica que nas horas vagas brincava de inventor em sua garagem, e acabou por criar um sistema automático para ativar irrigadores de jardim. Mas ao tentar comercializar a sua patente, percebe que quem domina o mercado são os donos do meio de produção, e para comercializar seu produto teria que ceder a propriedade do mesmo e convencer uma dessas pessoas a produzi-lo. De suas invenções, apenas essa foi comercializada. O autor conclui que o motivo era relativamente simples: o avô era um inventor, não um empreendedor.

O designer autoprodutor é empreendedor, que busca para si o domínio da produção e a liberdade – ou responsabilidade – que a posição lhe concede. E então, diante de uma realidade totalmente ligada ao mundo digital, ele tem novos desafios assim como novas ferramentas para exercer essa tarefa.

Inserido na era da informação, ele também acaba por criar novas relações com a produção e o consumo, aproximando pessoas como o avô de Anderson, inventores ou designers amadores, a criar e também produzir suas invenções. Buscou-se aqui discutir e demonstrar a atuação do designer diante de uma nova realidade produtiva para a compreensão deste fenômeno que está em evolução, e ainda pouco explorado.

2.1 Definindo a autoprodução

Nas últimas décadas, impulsionadas pelo desenvolvimento tecnológico e sua democratização, o aumento na personalização da produção e novos modelos de distribuição, a criação e produção de bens e serviços está em constante mutação. É neste cenário que surge o designer autoprodutor.

A difusão de novas tecnologias e o acesso a diferentes tipos de *software*, mudanças da própria indústria, dos locais de produção, dos tipos de produtos e serviços, assim como do mercado em si – relações que serão discutidas a seguir – tornaram possível maior abertura para a microprodução de produtores independentes.

Este novo modo de atuação em que o *know-how* do fazer artesanal se funde com a desenvoltura e domínio de novas tecnologias emerge representado por jovens criativos de todo o globo.

A mudança de paradigma Fordista-Taylorista de produção em massa para o desenvolvimento do pós-industrial acaba gerando uma nova dinâmica econômica e produtiva, a indústria de linha de produção acaba dando espaço a novas formas de organização. Tais mudanças ganham ainda mais força com o desenvolvimento da tecnologia: sem dúvidas, o computador e a internet mudaram a maneira com que o homem vive, em qualquer domínio social.

Nas palavras de Imbesi (2009), o trabalho braçal das fábricas foi substituído pelo “trabalho da mente”, que agora é considerado a força de trabalho primordial para gerar valor. A democratização das tecnologias na era da informação e a crescente personalização da produção geram mudanças na criação, produção e acesso aos bens e serviços.

Nesse contexto, a autoprodução acaba por englobar várias perspectivas de microprodução, desde o trabalho participativo, conectado, em rede, ao trabalho individual e autoral. Segundo Maffei e Bianchini (2013, p.5, tradução nossa):

Existe um grupo amorfo e heterogêneo de designers e experiências produtivas realizadas por designers, arquitetos, engenheiros, artesãos, tecnologistas, artistas, empreendedores e *makers* cujo nascimento e crescimento (individual e coletivo) segue um padrão idiossincrático [...] esta nova geração de designers-produtores são capazes de acessar, mesmo que temporariamente, processos para o desenvolvimento de produtos.

Os atores deste processo têm em comum o desejo e a habilidade de realizar e materializar suas ideias, compartilhando seu trabalho em plataformas e comunidades produtivas na internet. Bianchini e Maffei (2015) constroem uma tabela classificatória das microproduções autoproduzidas:

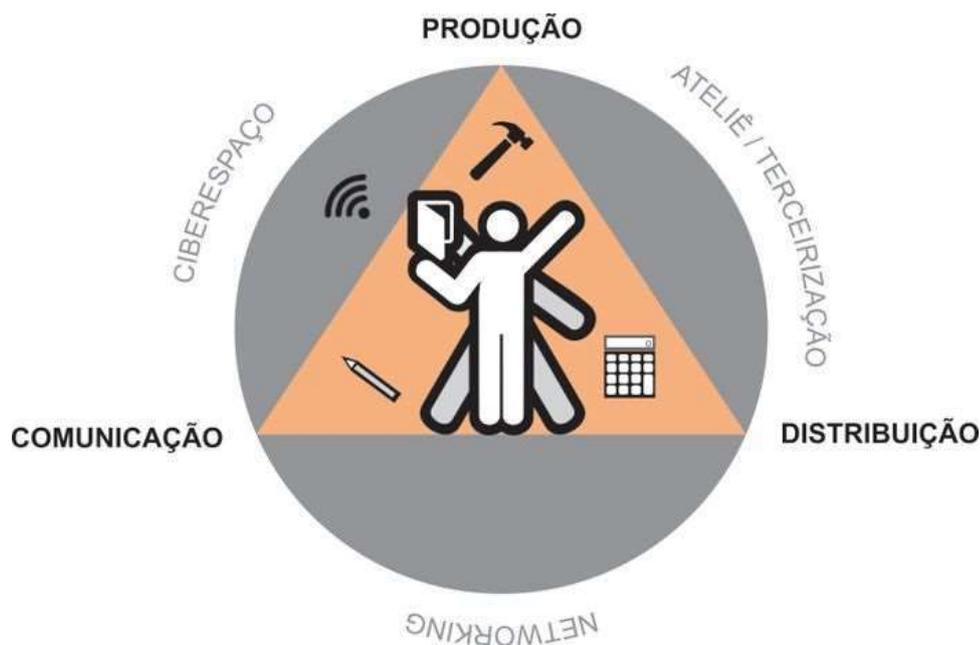
Quadro 2 - Sistemas de microprodução

SISTEMA DE MICROPRODUÇÃO	
MICROPRODUÇÃO DE PARTES E COMPONENTES	
<i>REMAKER</i>	ALGUÉM QUE USA O DESIGN E HABILIDADES TÉCNICO-PRODUTIVAS (PRÓPRIA OU DE OUTROS) PARA DESENVOLVER SOLUÇÕES CRIATIVAS QUE BUSCAM RECUPERAR OU MELHORAR A FUNCIONALIDADE DE PRODUTOS EXISTENTES (TRABALHANDO DE FORMA CONTRÁRIA À OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA).
<i>CUSTOMIZADOR</i>	ALGUÉM QUE USA O DESIGN E HABILIDADES TÉCNICO-PRODUTIVAS (PRÓPRIA OU DE OUTROS) PARA INTERVIR EM PRODUTOS EXISTENTES POR REDESIGN E PRODUZINDO PEÇAS INDIVIDUAIS OU COMPONENTES, OBJETIVANDO MODIFICAR A APARÊNCIA E PERFORMANCE GARANTINDO SUA FUNÇÃO.
MICROPRODUÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS	
<i>HACKER</i>	ALGUÉM QUE USA O DESIGN E HABILIDADES TÉCNICO-PRODUTIVAS (PRÓPRIA OU DE OUTROS) PARA INTERVIR EM PRODUTOS EXISTENTES POR REDESIGN E PRODUZINDO PEÇAS INDIVIDUAIS OU COMPONENTES, OBJETIVANDO MODIFICAR A APARÊNCIA, PERFORMANCE, FUNÇÃO E MODOS DE USO.
<i>MAKER</i>	AMADOR/PROFISSIONAL AUTO-PRODUTOR QUE USA O DESIGN E HABILIDADES TÉCNICO-PRODUTIVAS (PRÓPRIA OU DE OUTROS) PARA DESENVOLVER PRODUTOS /SERVIÇOS, INCLUINDO TECNOLOGIA OU EQUIPAMENTOS NECESSÁRIOS PARA A PRODUÇÃO SE NÃO ESTÃO DISPONÍVEIS NO MERCADO.
EMPREENHIMENTOS ENGAJADOS NA MICROPRODUÇÃO	
<i>DESIGNER EMPREENDEDOR</i>	EMPREENDEDOR TEMPORÁRIO QUE USA O DESIGN E HABILIDADES TÉCNICO-PRODUTIVAS (PRÓPRIA OU DE OUTROS) PARA DESENVOLVER PRODUTOS/SERVIÇOS PARA DISTRIBUIR NO MERCADO, INCLUINDO TECNOLOGIAS OU EQUIPAMENTOS NECESSÁRIOS PARA PRODUÇÃO SE NÃO ESTÃO DISPONÍVEIS NO MERCADO.
<i>MICRO FÁBRICA</i>	EVOLUÇÃO DO DESIGNER EMPREENDEDOR TEMPORÁRIO PARA O PERMANENTE, QUE USA O DESIGN E HABILIDADES TÉCNICO-PRODUTIVAS (PRÓPRIA OU DE OUTROS) PARA DESENVOLVER PRODUTOS/SERVIÇOS PARA DISTRIBUIR NO MERCADO, PRODUZINDO MICRO-ESTRUTURAS DEDICADAS AO DESIGN, MANUFATURA/FABRICAÇÃO, E DISTRIBUIÇÃO.

Fonte: Bianchini e Maffei (2015, p. 133).

Portanto, a abordagem que a presente investigação adota para a investigação é a autoprodução de empreendimentos engajados na microprodução, que usa as habilidades técnico-produtivas e desenvolvem e distribuem um produto no mercado, bem como cuidam da sua promoção (Alessi, 2019).

Figura 15 - O designer autoprodutor.

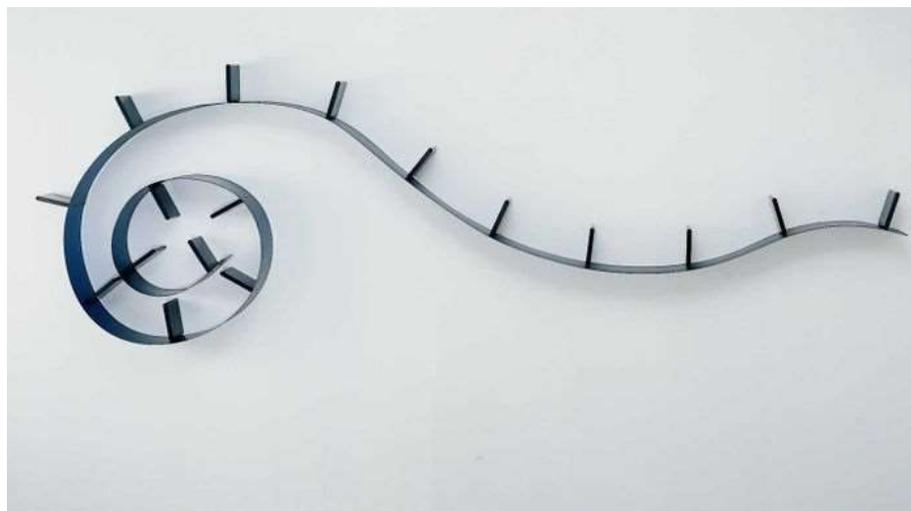


Fonte: A autora (2022).

A fagulha que inicia o fenômeno nos moldes atuais é atribuída ao cenário do design londrino do fim da década de 1980 e início de 1990, principalmente por projetos fundados pelo *Arts & Crafts Council*, que fomentava o trabalho de jovens designers britânicos com inclinações para a experimentação.

Ron Arad é um dos nomes que surgem neste período, posteriormente abrindo caminho para outros designers com a criação do estúdio de design *One Off*, que expunha trabalhos da vanguarda londrina. Seus móveis com características “artísticas”, que o distanciavam do mobiliário de produção em massa, o fizeram ganhar projeção e interesse de fabricantes. Seu trabalho é caracterizado por formas esculturais e pela experimentação através de novas tecnologias. Um de seus maiores sucessos, a estante *Book worm* (figura 16), foi idealizada em metal e posteriormente adaptada para o plástico em sua produção seriada com a italiana Kartell.

Figura 16 - Estante Book Worm, Ron Arad.



Fonte: <https://www.irishtimes.com/>.

Dessa forma, designers desconhecidos ascendiam com o uso de uma linguagem renovada e com forte influência das artes manuais, em contraste com a homogeneização dos artefatos na era globalizada (PASCA e TRAPANI, 2001).

O ativismo dos jovens ingleses, segundo Ferrara (2001), acabou por tratar o designer com modos mais típicos do *show business* do que com a figura do designer tradicional para a indústria: a imagem do designer tornou-se tão importante quanto as coisas que projeta. Tal circunstância acaba por motivar alguns jovens designers a buscar visibilidade para percorrer o mesmo caminho que os nomes de destaque.

A questão da possibilidade de expressão pessoal e liberdade projetual (com domínio de todos os processos) é apontada pelos autores (FERRARA, 2011, MAZZARELLA, 2014; PASCA E TRAPANI 2001; BELLAVITIS, 2014) como um dos fatores essenciais para a adoção deste sistema de produção. Mesmo depois de estabelecidos no mercado e com diversos licenciamentos e colaborações com a indústria, designers mantêm o processo de experimentação na criação de seu trabalho autoral, mesmo que de forma paralela.

Já a revitalização do artesanal dentro do design – tendência com a qual a Itália começa a flertar desde os anos 1970 – é uma manifestação identificada no fenômeno, mas tal fato, como ressaltam Pasca e Trapani (2001), não significa que os designers estejam alinhados contra a indústria, a exemplo do movimento *Arts and Crafts*. Há a

possibilidade de conciliar a autoprodução com projetos para a produção industrial sem problemas ideológicos.

Não se trataria de uma espécie de resgate saudosista do passado, mas da valorização do conhecimento das técnicas artesanais, o *know-how*, possibilitando a interação com novas tecnologias de produção e materiais na execução de artefatos. Ferrara (2011) atribui à atividade o papel de uma dimensão avançada do artesanato, trazendo termos como “novo artesanato” e “artesanato tecnológico”.

O artesanato tecnológico seria uma metodologia de pesquisa baseada na abordagem experimental do uso das tecnologias, que mostram a necessidade de resgatar as habilidades manuais como uma ferramenta de design, do processo de manufatura, da capacidade de gerenciar os vários estágios de construção e caracterização de objetos. Redescobrir as qualidades manuais ajuda na mudança de perspectiva de um processo que está, hoje em dia, muito comumente limitado à forma digital.

O artesanato tecnológico manifestaria uma disposição em refletir o significado do “*design bydoing*”, algo como o “projetar pelo fazer”, desenvolver um produto botando a mão na massa, pela necessidade de experimentar a dimensão expressiva das novas tecnologias e materiais, demonstrando que o objetivo não é retornar ao feito à mão, mas perceber como as habilidades manuais podem estimular o processo criativo (Ferrara, 2011).

Sobre a necessidade de materialização da criatividade neste aspecto detectado no designer autoprodutor, é possível relacionar com o que Ostrower (2014, p.30) reflete sobre o potencial criativo e sua relação com o trabalho do indivíduo inserido numa práxis criativa:

No momento em que exista no indivíduo um determinado potencial, surge para esse indivíduo, como necessidade interior, a necessidade de exercer seu potencial e de realizá-lo em sentido criativo. Podendo realizá-lo, o indivíduo se realizaria; sua vida tornaria mais rica e significativa[...]a criação se desdobra no trabalho porquanto este traz em si a necessidade que gera as possíveis soluções criativas. Nem na arte existiria criatividade se não pudéssemos encarar o fazer artístico como trabalho, como um fazer intencional e produtivo que amplia em nós a capacidade de viver.

A disponibilidade de novas tecnologias e a possibilidade de troca de conhecimento acrescentam ao designer uma nova perspectiva de produção e desenvolvimento de produtos. Os maquinários de prototipagem rápida e CNC (*Computer Numeric Control*), por exemplo, vêm progressivamente diminuindo de custo, mas é possível acessá-las alugando seu uso por um período de tempo em laboratórios de fabricação digital como os *FabLabs*⁹. Essa realidade era impensável há poucas décadas, o contato com a produção de muitos artefatos só era possível dentro de uma estrutura produtiva da indústria, ou de locais com maquinários específicos, bem como seu conhecimento operacional.

A experimentação dentro do processo de autoprodução se torna mais importante que o resultado final, já que faz parte da construção do conhecimento passar por um processo de tentativa e erro, testando materiais e suas potencialidades, utilizando técnicas industriais e artesanais que eventualmente podem mudar todo o processo de manufatura.

A designer paranaense Anna Boechat, à frente do I Do Design, utiliza em seu trabalho de produção de "biojóias" um método que ilustra essa mistura do "mão na massa" artesanal com a tecnologia. Boechat utiliza o lixo plástico – separados por cores – para formar seu material de trabalho. Sacolas, tampinhas e outros descartes domésticos são derretidos e conformados em placas, que podem ser monocromáticas ou multicoloridas, dependendo do que a designer escolhe de seu acervo.

O processo até então era desconhecido pela designer, que depois de procurar por uma técnica de produção manual de acessórios que a agradasse, encontrou na internet o projeto holandês *Precious Plastic*, cuja tradução é "plástico precioso". Depois de desenvolvida a tecnologia, criou-se uma comunidade adepta do *open design* (design aberto), que ensina a reciclar e beneficiar o plástico de descarte através do compartilhamento de informações e experiências, sem custo (Figura 17).

⁹*FabLab* deriva de *Fabrication Laboratory*, laboratório que fornece serviços de fabricação disponíveis para a população em geral, não apenas designers. Tem sua gênese no MIT através dos trabalhos do professor pesquisador Neil Gershenfeld, e conta com várias unidades ao redor do Globo.

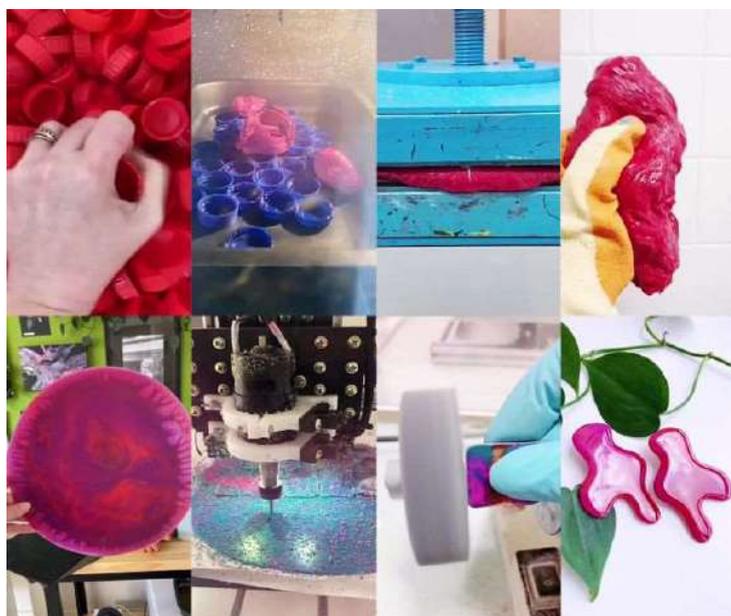
Figura 17 - Maquinário desenvolvido pelo projeto Precious Plastic



Fonte: <https://preciousplastic.com/>

Após um período de estudo e de tentativas próprias, montou seu próprio processo (Figura 18) e resolveu empreender:

Figura 18 – Processo produtivo I do Design

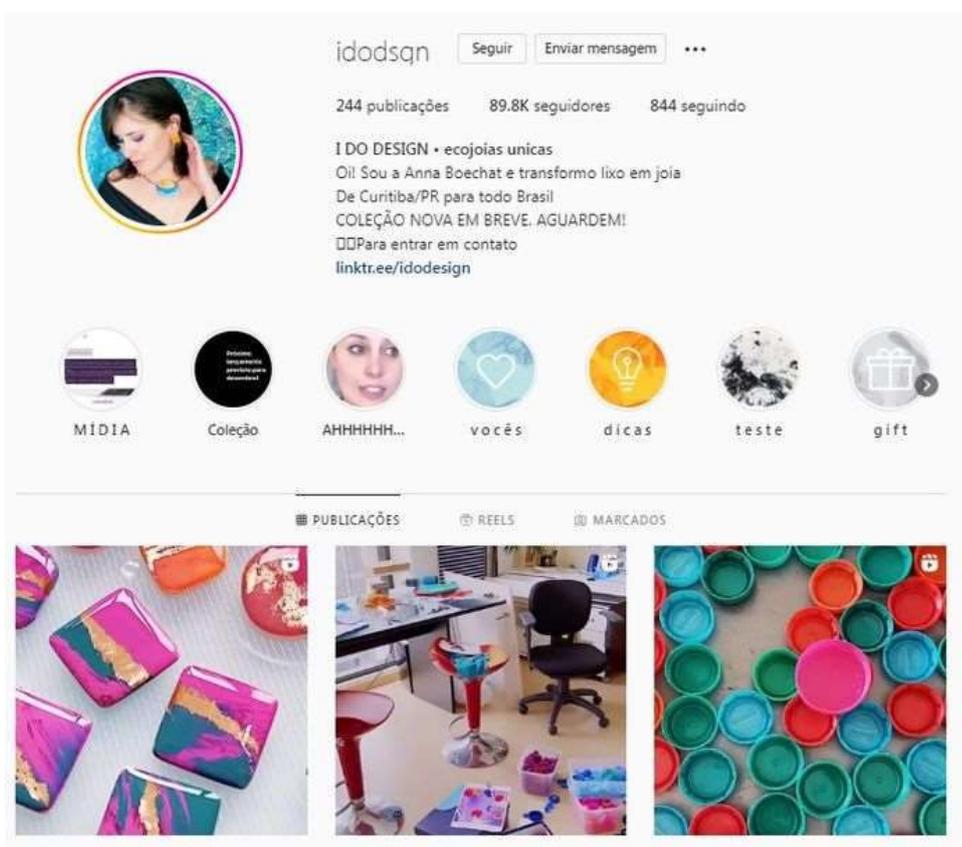


Fonte: <http://www.instagram.com/idodesign>.

A designer é a única responsável por todos os processos da empresa, da coleta dos materiais, projeto e execução das peças, fotografia, redes sociais, vendas e pós vendas. Em um ano de comércio online a marca conseguiu estabilidade, segundo Boechat, impulsionadas pelo sucesso de sua marca no *Instagram* (Figura 19) e no

TikTok, plataformas de rede social que primam pelo compartilhamento de fotografias e vídeos curtos. O seu trabalho conseguiu chamar a atenção de uma marca famosa de semijóias, que com um pedido de 2.000 peças, contribuiu para o desenvolvimento do empreendimento.

Figura 19 - Perfil de Instagram do I do Design

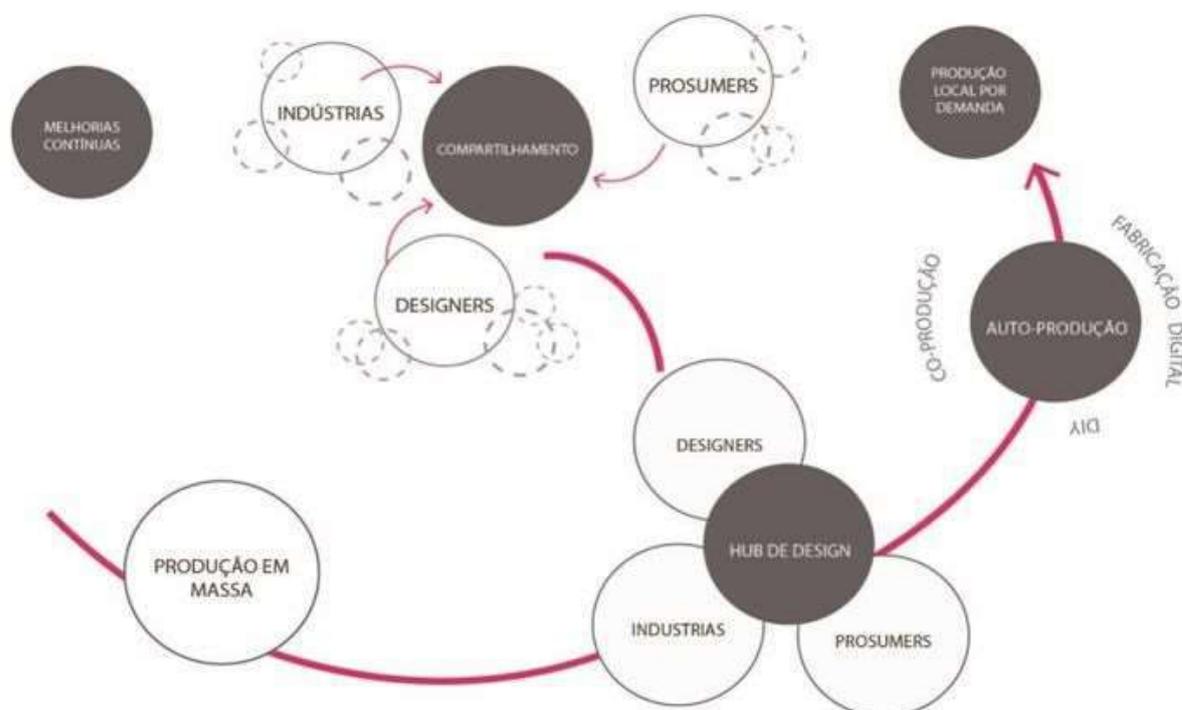


Fonte: <https://www.instagram.com/idodsgnr>.

Os atributos éticos e ambientais no projeto da designer ilustram as qualidades destacadas por Pietroni (2001) e Manzini (2009), que fazem considerações sobre a organização de um novo modelo de produção, como no cenário *small, local, open e connected* (algo como pequeno, local, aberto e conectado). No caso da I do Design, a plataforma de design aberto possibilitou que o conhecimento fosse estudado, assimilado e adaptado para compor a sua própria estrutura de trabalho e desenvolvimento de produto. Depois de estabelecida, a designer tem planos de passar adiante o conhecimento da técnica desenvolvida por ela.

Mazarella e Peruccio (2012) fazem a proposta de um sistema integrado, uma plataforma de serviços (Figura 20) que contribuiria para o desenvolvimento sustentável de um território sob uma perspectiva ambiental, econômica e social. Essa perspectiva abriga diversas formas de autoprodução, que não envolvem só o designer empreendedor. Tais interações produtivas vão ser discutidas mais adiante no capítulo como possibilidades contemporâneas disponíveis ao designer.

Figura 20 - Proposta de Design Hub



Fonte: MAZZARELA; PERUCCIO, 2012.

A inclinação à essa experimentação contribui para o caráter inovador do design, não só no trabalho autoral. As indústrias com produção de grandes tiragens enfrentam um processo gradual de rigidez e burocratização de seus processos de inovação, o que não é desejável no cenário da concorrência global. Desta forma, enxergam na autoprodução um potencial para o inusitado, procurando estabelecer condições para encorajá-la (BIANCHINI e MAFFEI, 2014; FERRARA, 2001).

2.2 O modelo de produção e a estrutura de mercado

Desde a década de 1970 com a implementação do Toyotismo¹⁰, foi possível perceber a mudança do modelo organizacional das grandes e médias empresas, que aumentaram sua complexidade com maior automatização e consequente diminuição do controle manual por parte de trabalhadores. Como estratégia frente a competitividade e para aumentar o lucro, houve uma crescente fragmentação dos processos de manufatura e extensa terceirização dos serviços.

Segundo Bianchini e Maffei (2012), assim surge a oportunidade para os pequenos empreendimentos que apresentam produtos com melhor qualidade, com maior envolvimento humano no processo e maior atenção à produção e ao acabamento. Os autores apontam que é possível perceber com maior clareza nos países de economia mais desenvolvida que os produtos frutos deste tipo de produção estão ganhando cada vez mais terreno.

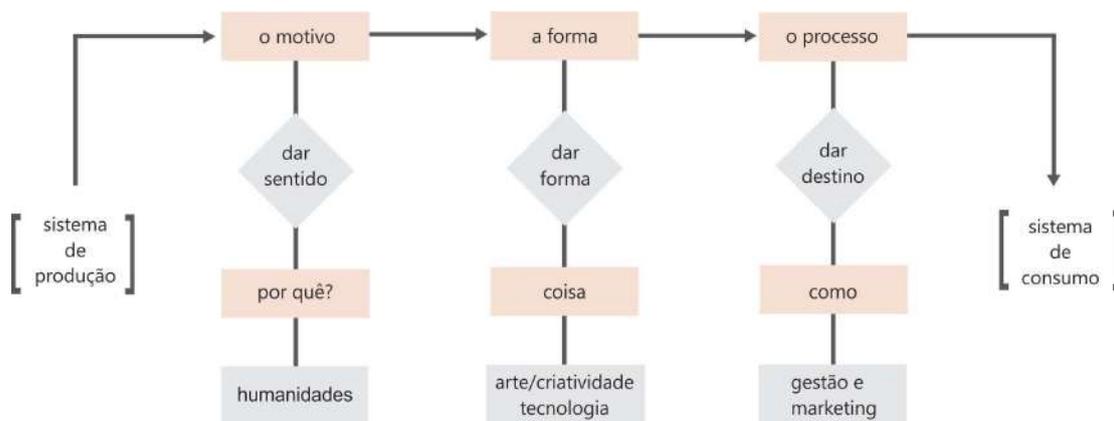
Com a produção de pequena escala e até de edições limitadas, esta dinâmica acaba estabelecendo uma relação duradoura com determinados nichos. À expressão criativa é atribuído o papel primordial de adicionar valor para a produção (Pine; Gilmore, 2013; Imbesi, 2009; Rullani, 2004), assim como há uma valorização do trabalho manual, o que antes era reduzido ao mero trabalho braçal, agora é equiparado ao trabalho intelectual. É possível acrescentar uma maior consciência para a escolha de bens e serviços, levando o consumidor a preferir produtos frutos de trabalho digno e corretamente remunerados.

A mudança tendencial dos processos de mediação e consumo no período pós-moderno pode se modificar diante das novas relações que o homem constrói socialmente, mas o papel do designer como mediador entre o sistema de produção e o consumo, assim como já observou Tomás Maldonado¹¹, permanece. Ceslaschi resume o papel do designer nessa mediação, que ele diz ser criativa, ativa e propulsória (Figura 10):

¹⁰Sistema de produção baseado na produção sob demanda que surge na indústria japonesa Toyota, visando eliminar o desperdício na produção e evitar acúmulo de mercadoria.

¹¹MALDONADO, T. *Disegno Industriale: um riesame*. Milano: Feltrinelli, 1976.

Figura 21 - Design como mediação criativa, ativa e propulsória



Fonte: CELASCHI (2007), tradução nossa.

Cardoso (2012) conclui que se os artefatos são portadores de informações, e essas informações estão fundamentadas nas associações que o homem faz entre a aparência e o contexto, então seria possível induzir o usuário, através dessa aparência, a fazer certas analogias. Assim, “é possível programar o artefato”. Nesse sentido, o design pode atribuir certas características que podem levar a associações ligadas à identidade, estilo e outros fatores, e essa seria a essência do valor agregado.

Os fatores até aqui apresentados contribuem para o desenvolvimento do que Nussbaum (2013) chama de “*indie capitalism*”, algo como “capitalismo independente”. Esse tal capitalismo independente é movido por empreendedores, que têm noção de que a criatividade é fonte de valor econômico e que as redes sociais e a internet são a base da economia hoje em dia. Seria uma nova forma de atuação dentro do capitalismo, independente e democrático, produzindo microeconomias com impacto positivo aos sistemas produtivos locais.

Esta noção corrobora o que os autores supracitados atribuem ao designer autoprodutor, fluência nas linguagens tecnológicas contemporâneas e inclinação à experimentação e autopromoção, que nos dias de hoje está intimamente ligada ao manejo das redes sociais e inserção em plataformas digitais diversas.

Estes inovadores independentes, no lugar de representarem apenas o intérprete de projetos de inovação de terceiros, representam a si mesmos. “Eles lideram o processo de inovação porque são capazes de implementá-lo em termos tangíveis e concretos” (Bianchini, 2012, p. 93, tradução nossa).

2.3 A natureza dos produtos e o processo de design

A relação que as pessoas mantêm com objetos em seu cotidiano mudou drasticamente, com o aumento da complexidade dos aspectos tangíveis e intangíveis de sua natureza. Para Bianchini e Maffei (2015), esse novo aspecto do design não pode ser tratado com as velhas categorias e disciplinas do design. É preciso estar aberto à experimentação e atento às novas construções que o usuário tece.

(...) as novas tecnologias têm contribuído para modificar os comportamentos “mentais” que cada um tem absorvido como novos parâmetros do pensar, do decidir e do avaliar. A capacidade e a paixão combinatória típica do “corta e cola criativo”, a velocidade relacional do SMS, o compartilhamento de projetos do *file-sharing*, o aprofundamento narrativo do DVD, a exploração personalizada do território típica do GPS, a memória seletiva possível com o iPod, as formas do *do-it-yourself* de convívio típicas do vídeo fotografia digital, a experimentação expressiva dos Djs ou o imediatismo instintivo e gestual dos tablets têm indicado o caminho, partindo da concretude das práticas de vida e da força propositiva dos novos esquemas mentais. Esses esquemas vão em direção ao universo do consumo autoral. (MORACE, 2009, p. 17)

Ferrara (2001) destaca que algumas empresas finlandesas perceberam que mesmo detendo o conhecimento de realizar projetos extremamente tecnológicos, não sabem como analisar as necessidades sociais e culturais tão bem quanto os jovens designers, recorrendo a estudantes universitários e jovens designers para renovar seu processo criativo/produtivo.

Já Imbesi (2012) aponta que o designer enquanto criador, ao tentar autoproduzir ao mesmo tempo em que precisa gerenciar grande fluxo de informação – ainda mais no papel de empreendedor – necessita constantemente se atualizar e reinventar, buscando aumentar seu conhecimento e afiar suas habilidades através da prática e de reflexões/estudo.

O design autoproduzido permite a liberdade criativa e produtiva ao designer. Desta forma, não existem limites ou barreiras para definir a atuação deste tipo de produção. Evidentemente, as barreiras podem ser da ordem de dificuldade e acesso a materiais e maquinário, principalmente tratando-se de jovens designers em início de carreira. Mas a liberdade reside em não ter limite para desenvolver uma ideia, uma

vez que não estão submetidos hierarquicamente à pessoas que autorizem sua execução.

A pluralidade dos processos produtivos disponíveis favorece a experimentação, tanto de novas tecnologias como de resgate de técnicas manuais e tradicionais. Ferrara (2001, 2011) aponta que as motivações comuns são associadas ao sentimento de liberdade projetual com a manifestação criativa, autoral, e que por serem muito inovadoras, só tomam forma com a autoprodução.

Outro processo que não exclui este primeiro, é a adoção da própria produção como uma maneira de materializar seu potencial projetual para que funcione como uma espécie de “portfólio físico”, item indispensável para a autopromoção do jovem designer contemporâneo.

Figura 22 - Cadeira



Fonte: <https://www.nicoletomazi.com/>

A linha indústria da vovó, da designer Nicole Tomazzi ilustra essa categoria. Com a cadeira Vó Judith (2011), Tomazi utiliza o revestimento de crochê cria uma funcionalidade inusitada acoplando bolsos na peça, uma alusão à decoração das casas de avós brasileiras, que comumente possuem peças decorativas com essa técnica artesanal.

Já o designer inglês Dominic Wilcox, formado em design de produto e em artes visuais, mistura o mundo das artes e do design para criar peças inovadoras e que provoquem quem as observa. Com a Ivy Shelf (Figura 23), que significa “estante de

hera”, o plástico moldado da estante acomoda uma muda de hera, que vai crescendo no espaço delimitado pelo objeto, dando cor ao material transparente. O designer explica o conceito lembrando que ilustrações de flores, folhas e vinhas são usadas há muito tempo para decorar objetos do cotidiano, e aqui ele resolve pegar tal ideia e levar ao pé da letra. Ele utiliza de técnica de moldagem com a simples adição de um vaso de cerâmica semeado com a planta, acrescentando uma nova dimensão de participação com usuário.

Figura 23 - Estante Ivy Shelf, Dominic Wilcox



Fonte: <http://dominicwilcox.com>

Outro representante igualmente inovador, o Studio Lievito é formado por três designers que se juntaram com a proposta de criar produtos que “levitassem”. Definem seu trabalho como um link entre o passado e o futuro: um resgate das habilidades artesanais para renovar as modernas técnicas de produção industrial. O banco Sisieda (Figura 24) é composto de uma almofada de concreto sobre uma base de madeira. A proposta leva o usuário num primeiro momento achar o móvel convidativo por sua aparente “fofura”, mas que ao ser observado de perto revela a real natureza do material.

Ainda nas informações descritivas em seu site, o Studio Lievito afirma que refinam à mão a produção seriada, montando peças únicas, que seria uma demanda do mercado contemporâneo. Desta forma, entra em questão a influência do mercado

para a adoção da autoprodução. Se anteriormente já se destacou que o desejo de expressão individual e controle da produção eram motivações, assim como o método mais acessível ao designer iniciante de produzir suas criações, há de se levar em consideração uma escolha racional de nicho de mercado: o usuário cada vez mais consciente dos aspectos éticos e ambientais atrelados aos produtos que consome.

Figura 24 - Banco Sisieda, Studio Lievito.



Fonte: <http://www.studiolievito.com>

2.4 A autopromoção no meio digital

O desenvolvimento do comércio eletrônico é um grande aliado para o empreendimento do design autoral, pois diminuiu drasticamente gastos que poderiam ser impeditivos para manter o negócio, principalmente com publicidade. Segundo pesquisa¹², o crescimento da relevância das mídias sociais como canais de comunicação e ferramentas é um fator relevante para o empreendedor: em 2018 71,02% das lojas virtuais tinham presença no *Facebook*; 43,87%, no *Twitter*; 31,75%, no *YouTube*; e 16,30%, no *Instagram*. 80,87% das lojas online utilizaram as mídias sociais para turbinar suas vendas.

Depois do período de isolamento social ocasionado pela pandemia do novo corona vírus em 2020, muitos serviços foram transferidos para os meios eletrônicos,

¹² O perfil do *e-commerce* brasileiro. BigDataCorp para PayPal, 2018. disponível em: <https://www.paypal.com/stories/br/paypal-informa-os-resultados-do-segundo-trimestre-de-2018>, acesso em 25 jun. 2019.

intensificando ainda mais o impacto no uso de redes sociais e no comércio eletrônico. O setor de *e-commerce* no Brasil teve um aumento de 75% nos dois últimos anos, e fez com que as empresas que antes focavam primordialmente nas vendas em seus espaços físicos se adaptassem para vender online durante a pandemia.

Tal mudança não se mostrou temporária, já que mesmo após o retorno das vendas em lojas físicas, o *e-commerce* continuou sendo um importante canal de vendas. A empresa de mobiliário Mobly, através de seu *e-commerce*, lucrou R\$ 212,7 milhões no 2º trimestre de 2021, esse ano atingiu a marca de R\$ 148,3 milhões através de vendas online. Já as vendas físicas, que no mesmo período de 2021 faturaram R\$ 34,7 milhões, no 2º trimestre de 2022 alcançaram receita de R\$ 59,5 milhões (CONCENTINO, 2022).

A designer Martina Flor (2019) reflete sobre a maneira como o círculo de contatos com clientes e potenciais contatos era feito no passado, permitindo com que os profissionais pudessem fazer negócio. Antigamente, era comum que os filhos herdassem os negócios dos pais, assim como toda a estrutura desenvolvida ao longo dos anos. O problema era se uma pessoa nascida em uma família de sapateiros, por exemplo, quisesse seguir outra profissão, então não haveria com quem aprender o ofício de imediato, tampouco uma rede estabelecida para consumir o que quer que oferecesse.

Atualmente, a realidade de uma comunidade global conectada pela internet possibilita que o indivíduo, além de ter acesso a todo tipo de informação para o que queira exercer, possa construir a sua própria rede de contatos. A interação torna possível um canal direto do designer com várias pessoas, criando relações com possíveis usuários, empresas e outros designers, assim como admiradores e investidores. Essas relações não podem mais ser ignoradas, hoje é impensável que qualquer empresa não tenha perfil nas redes sociais.

A autora ressalta que este é um ponto que não pode ser tratado como uma ferramenta superficial, uma vez que pela rapidez com que as informações são trocadas na rede, um único post pode ter repercussões trágicas para o empreendimento. Fazer bom uso das plataformas disponíveis na rede é uma ótima maneira de expor o trabalho, especialmente para os designers, que dominam

aspectos da visualidade e comunicação. Flor (2019, p.79) destaca as principais plataformas, a seguir expostas.

2.4.1 Página da internet

A autora ressalta que designers como profissionais das indústrias criativas e disciplinas visuais, têm no seu trabalho sua carta de apresentação. Ter um site ou outra presença online é importante, não apenas para os clientes em potencial, mas também para se posicionar dentro de uma área. A própria página permite a documentação da produção, bem como uma visão geral de como o trabalho está se desenvolvendo, e os visitantes — e possíveis clientes e colaboradores — podem perceber o tipo de trabalho que aquele designer pode proporcionar. Há também a possibilidade de passar mensagens, de mostrar valores, fazer com que o público conheça quem está por trás do trabalho.

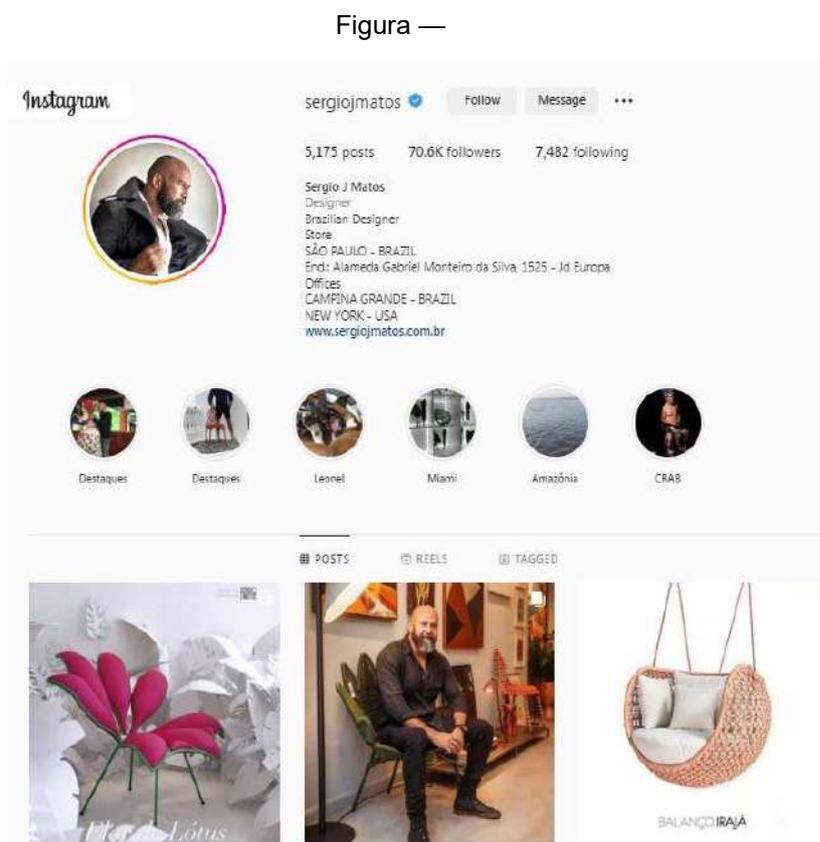
Atualmente existem plataformas que permitem criar e manejar o site do zero, com ferramentas intuitivas. Também permitem registrar o domínio (o endereço da página) e atuar como servidor (hospedar a página, com planos mensais ou anuais). Mas para personalizar ainda mais a experiência, é necessária a contratação de serviços específicos como o de profissionais de comunicação e marketing.

É prática comum que empresas do ramo de mobiliário e que trabalham com design autoral possuam perfis de designers em seu site, e que alguns destes designers, geralmente mais velhos, não possuam perfil próprio em outra plataforma que não seja nas empresas para as quais comercializam seus produtos. Isso tira a oportunidade de personalização do conteúdo e de maior destaque para a visualização de seu trabalho em sua totalidade, uma vez que a exibição dos produtos tende a ser a produção disponível no momento, para a compra.

2.4.2 Instagram

Atualmente, esta plataforma é a rede social mais utilizada por quem trabalha com produtos de design e artes visuais, pois gira em torno da imagem e do audiovisual. Para Flor (op. cit.), o *Instagram* é uma excelente ferramenta para comunicar e expor o trabalho além da página da internet. Se, por um lado, o *site* funciona como uma vitrine cuidadosamente selecionada, que merece cuidado para não exagerar nas informações e guiar o usuário no momento de seu acesso, a rede social e sua dinâmica possibilita que todo o material derivado do dia a dia possa ser compartilhado, como processos produtivos e pequenos pedaços do universo do empreendimento. Esta ferramenta digital também é usada para anunciar novidades, como participação em eventos, lançamento de produtos, dentre outros.

Figura 26 - Perfil do designer Sérgio J. Matos

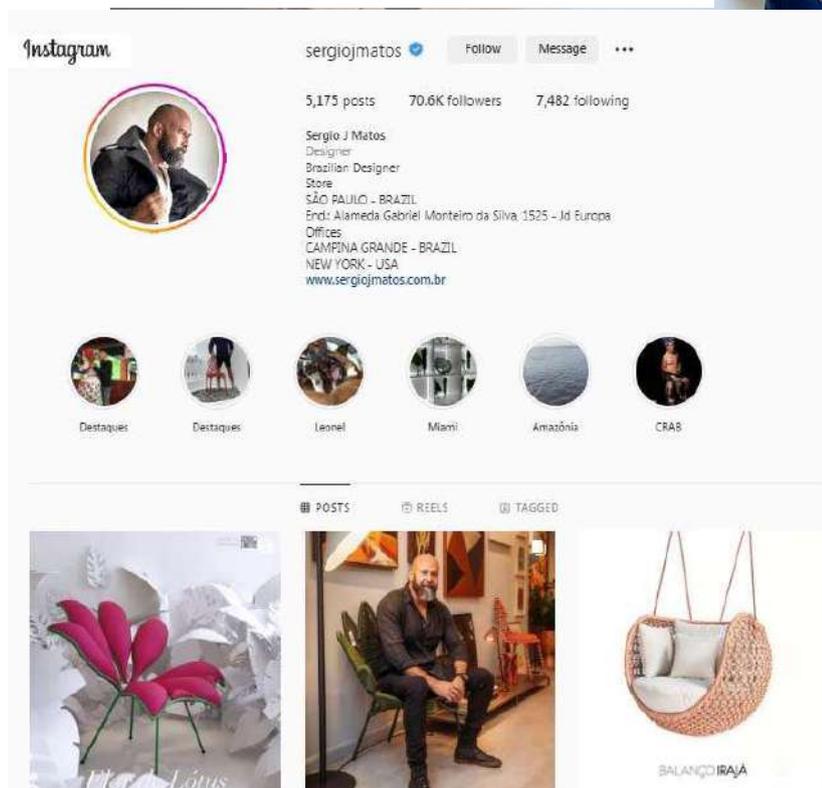


Fonte: <https://www.instagram.com/sergiojmatos>

Figura 27 - Postagem de bastidores de campanha



Figura —



2.4.3 Twitter

O *Twitter* é uma rede social que prioriza a comunicação por texto, com limite de caracteres, o que leva os usuários a postarem textos mais curtos e com maior frequência. É a rede social mais informal das listadas, o que se reflete na linguagem utilizada para as postagens. A plataforma também permite a inserção de imagens, *links*, vídeos e animações. Para a autora Flor (op. cit.), há entre os usuários da rede disponibilidade de compartilhar visões e participar de discussões, o que pode ser uma ferramenta de apoio para a troca de informações, um lugar de consulta para o designer. Além disso, é possível encontrar conteúdo interessante e relevante para o desenvolvimento profissional, como matérias e *links* de outras publicações.

Figura 28 - Postagem de texto no Twitter

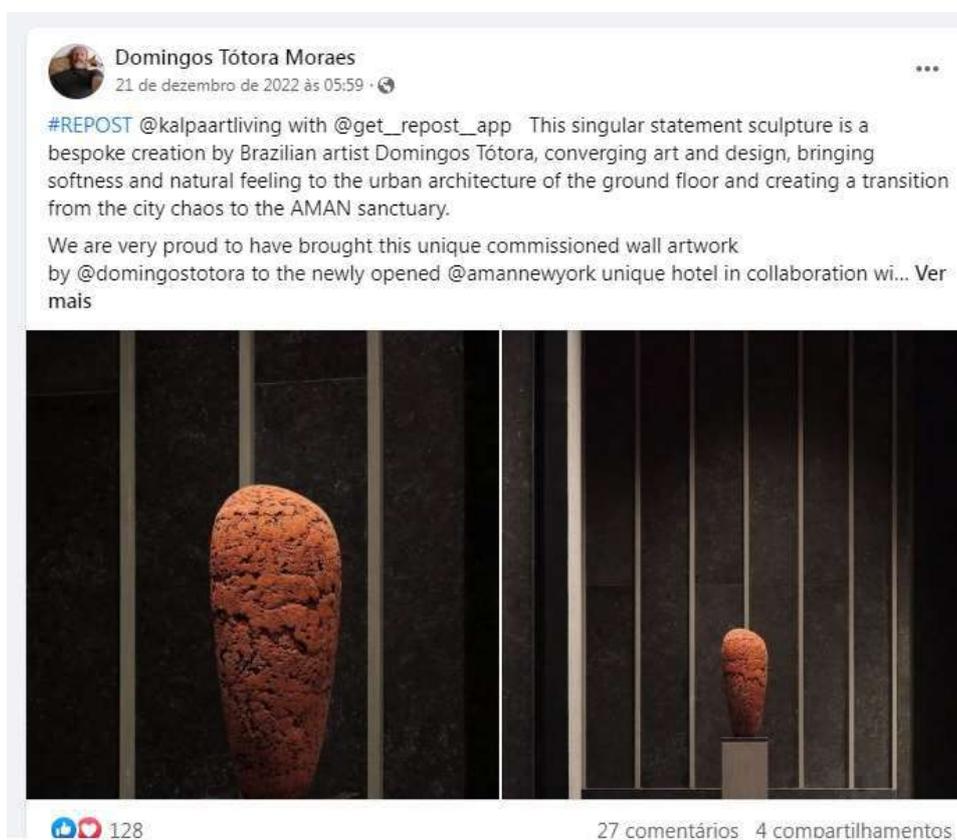


Fonte: <https://twitter.com/GutoIndio>

2.4.4 Facebook

O *Facebook* é uma plataforma digital geralmente frequentada quer por aqueles que desejam publicar conteúdos pessoais, quer por aqueles que tenham interesses profissionais. É possível separar os conteúdos de cada perfil, no entanto, Flor (op. cit.) sugere que a vantagem da rede social é integrá-los. Sabe-se que o círculo pessoal poderia definir, como muitas vezes definiu, o futuro profissional de alguém, obedecendo àquela tradição do "pai para filho". Englobando os dois perfis, é possível que a família e o circuito digital tomem conhecimento de sua atividade profissional. Mas, ao mesmo tempo, permite que o usuário determine a restrição do conteúdo que o visitante de seu perfil profissional possa acessar.

Figura 29 -Postagem de texto no Facebook

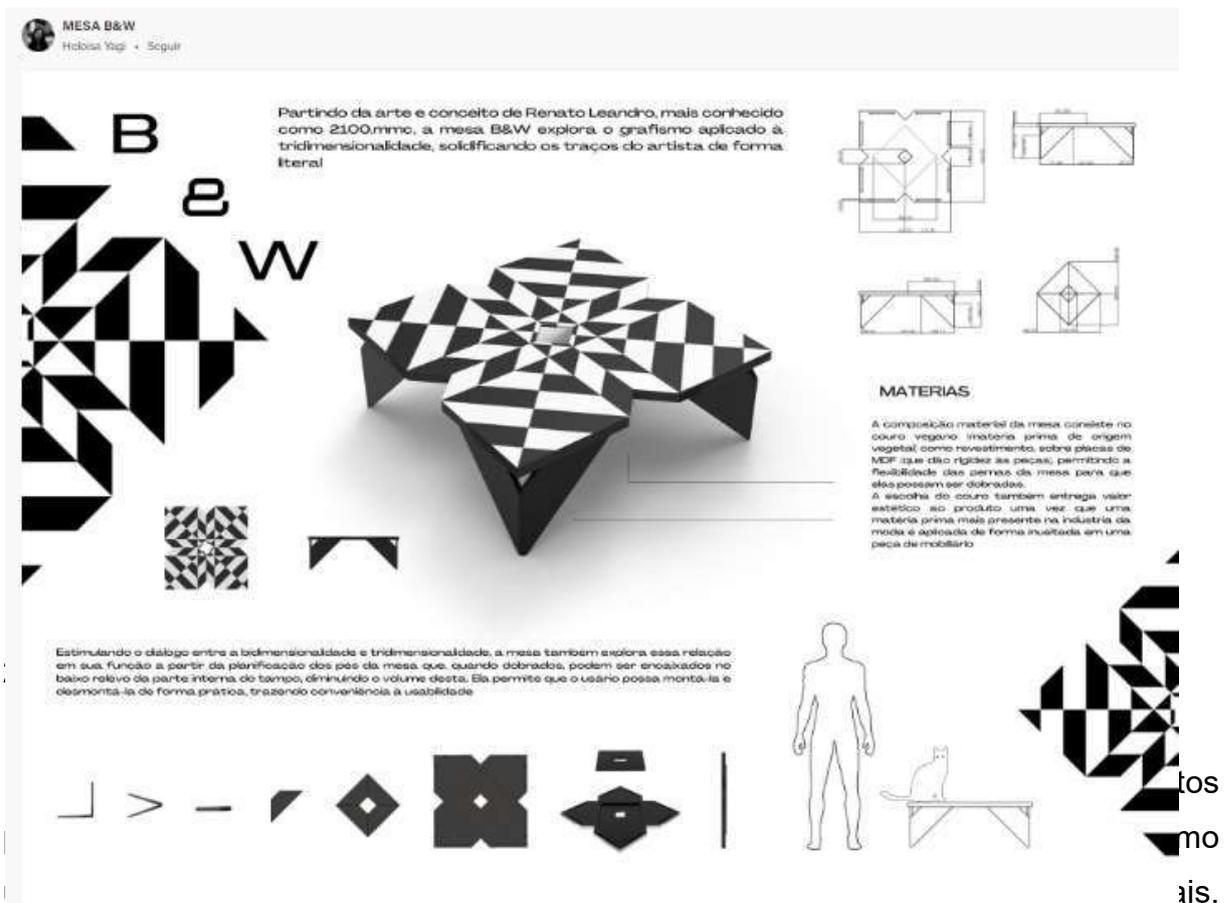


Fonte: <https://www.facebook.com/dtatora>

2.4.5 Behance

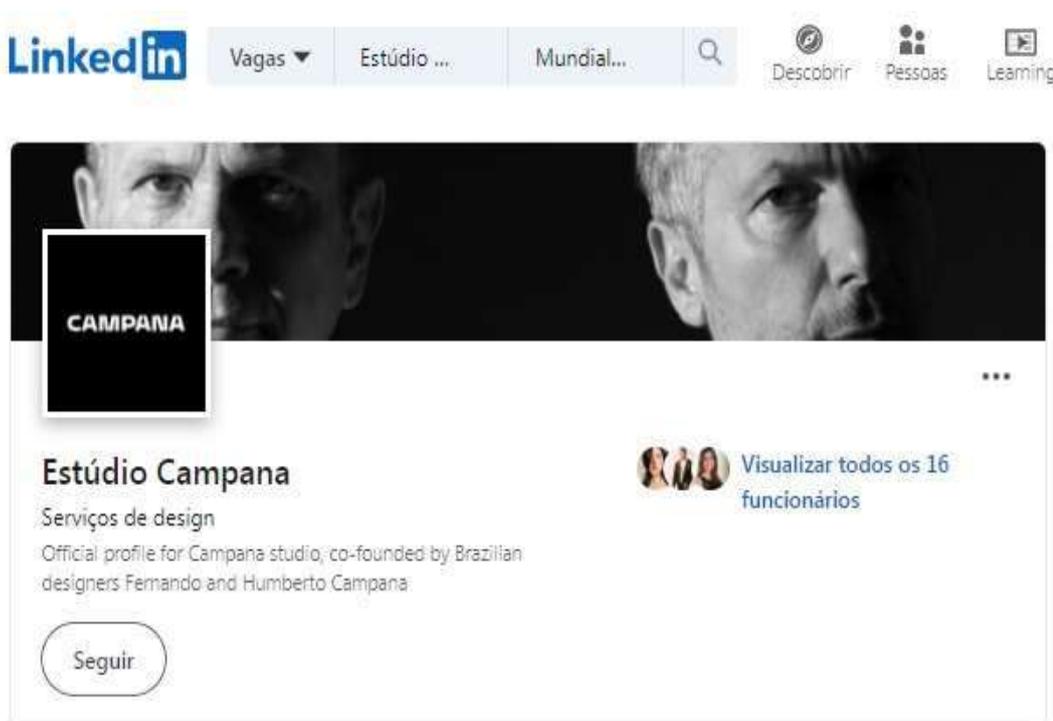
Behance é uma plataforma social que funciona como exibição de portfólios digitais, muito usado por artistas e designers. A sua vantagem é funcionar como espécie de vitrine visitada por criativos, diretores de arte e empresas em busca de talentos, dessa forma, o trabalho é exposto de maneira mais detalhada quanto aos seus processos de desenvolvimento de projeto. É bastante utilizada por designers iniciantes antes de desenvolver um perfil profissional em outras redes, já que a interação pode gerar feedbacks mesmo na fase de projetos estudantis. A seguir, exemplo de uma das pranchas do projeto da Mesa B&W, da designer Heloisa Yagi.

Figura 30 - Projeto da Mesa B&W



No entanto, para o design de produto, que para a demonstração da capacidade de trabalho recorre muito ao aspecto visual, não é a melhor maneira de prospecção de possíveis clientes e divulgação. Mas, é um espaço auxiliar para manter informações e contatos com clientes e colaboradores de maneira formal, e que podem gerar comentários positivos sobre trabalhos desenvolvidos.

Figura 31 - Perfil de designers no LinkedIn



Sobre nós

The brothers Humberto (born in 1953) and Fernando Campana (born in 1961) are designers based in Sao Paulo, Brazil.

Estudio Campana, works in partnership with local communities, factories, and industries to create pieces that celebrate the bright colours and rich textures of the world. Adopting an environmental ethos, the brothers utilise everyday, found materials, reinventing them to achieve simple solutions that do not compromise on aesthetic or design.

Fonte: <https://br.linkedin.com/company/estudio-campana>

2.5 Modos de atuação contemporâneas

Desde que as primeiras publicações começaram a registrar a autoprodução considerando o contexto pós-industrial, certas mudanças advindas do avanço tecnológico tornaram ainda mais ampla a sua atuação. A conectividade e a maneira com que o designer e os usuários lidam com dispositivos eletrônicos são fatores essenciais para o entendimento do fenômeno.

De lá para cá podemos contar inúmeras redes sociais e aplicativos que conectaram pessoas ao redor do globo, além de um crescente número de tantos outros elementos que fazem parte desta nova realidade da qual não se pode ficar alheio. Ao alcance de um clique está o passo-a-passo para fazer uma bijuteria em casa ou o site de uma loja que fornece uma peça que há tanto tempo o usuário procura (ou nem sabia que estava procurando).

O uso de tais ferramentas molda o comportamento do usuário, é possível pesquisar e comparar diversos produtos ao mesmo tempo, e com essas informações disponíveis de forma instantânea, o nível de exigência e a familiaridade com as especificações do produto vai ficando cada vez maior.

Além disso, com a crescente personalização e com a popularização da fabricação digital, surgem novas interações envolvendo a produção e o consumo de produtos, em que o usuário tem a possibilidade de desenvolver e também fabricar suas próprias peças.

Diante desta nova realidade, buscou-se aqui discutir e demonstrar o papel do designer em meio aos processos denominados autoprodução, que englobam tanto a prática de projetos autorais do designer de produto quanto a prática autoral e/ou colaborativa existente no movimento *maker*.

1.5.1 Movimento maker

Ao criar a revista MAKE em 2005, Dale Dougherty e seu time puseram, de certa forma, combustível na chama inicial de uma comunidade adepta ao *do-it-yourself* (DIY)¹³ – ou à mão na massa – e com inclinações para a tecnologia, que passou a ser

¹³O termo surge nos Estados Unidos no início do século XX, quando as pessoas eram encorajadas a produzir objetos e fazer seus próprios reparos. Já no campo do design, a filosofia foi difundida por Enzo

identificada como o Movimento Maker. No momento da concepção da revista, Dougherty, que não tinha conhecimento sobre o movimento, denominou os leitores de “makers”, pois considerava que quem consumia sua revista era também um criador, que fazia coisas com suas próprias mãos.

De maneira geral, o Movimento Maker faz parte de uma cultura voltada para a produção e desenvolvimento de produtos e serviços, e que dotada de um forte senso de comunidade, compartilham conhecimento, ferramentas e projetos para que seu acesso seja democrático e possível para o maior número de pessoas.

Este conceito ganhou maior notoriedade com a profusão dos chamados *FabLabs*, laboratórios que disponibilizam as ferramentas de prototipagem para fabricação pessoal, onde é possível qualquer usuário alugar seu uso e participar de cursos para o desenvolvimento e feitura dos objetos.

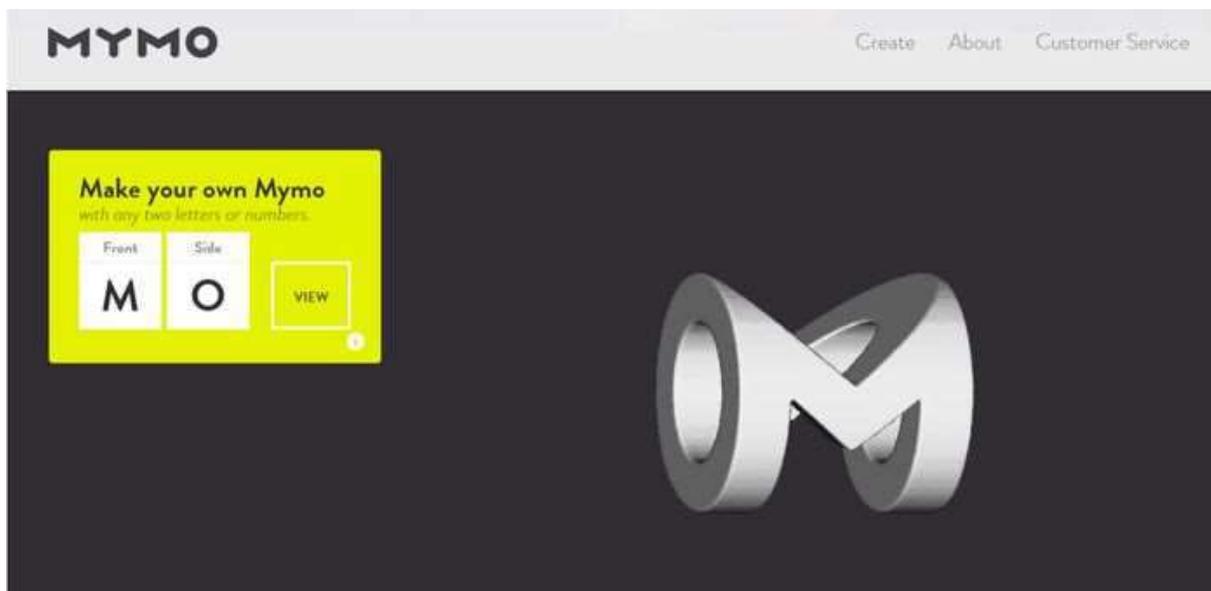
Os *FabLabs* tiveram sua origem no MIT (Massachusetts Institute of Technology) com a disciplina “*How to make (almost) everything*”, ou “como fazer (quase) todas as coisas”, do professor Neil Gershenfeld. Ele defendia que as pessoas comuns com as ferramentas certas poderiam desenvolver e construir qualquer coisa, usando a tecnologia para criar, experimentar e produzir. Além do espaço físico, os *FabLabs* promovem uma comunidade que possibilita a troca de informações e cooperação para os projetos.

Este espaço é democrático e está aberto a qualquer usuário, mas vale salientar que ele atua como uma importante ferramenta para os jovens designers, que podem ter acesso ao maquinário sem ter que arcar com os custos de equipamentos e de manter um espaço de trabalho.

As máquinas de fabricação digital para uso pessoal estão se tornando cada vez mais acessíveis com a popularização da tecnologia. O usuário pode acessar plataformas que dispõem de projetos prontos ou mesmo desenvolver seu próprio projeto, se tiver habilidade no uso de *software* de construção. Ainda assim, já existem plataformas que abrigam dispositivos que permitem que o usuário possa, de maneira intuitiva, construir suas próprias peças, a exemplo da *Shapeways* e seu criador de pingentes Mymo (Figura 32).

Mari, que em 1974 publicou o livro “Proposta per un'autoprogettazione”, ou “Proposta para uma auto-produção”, ensinando a produzir uma série de móveis apenas com tábuas de madeira e pregos.

Figura 32 - Interface do Mymo



Fonte: <https://www.mymo.is>.

A imagem acima mostra a interface de uma ferramenta que permite ao usuário criar um pingente, que poderá ser confeccionado utilizando impressão 3D. A peça é composta de duas letras combinadas, que são visíveis de diferentes ângulos. O usuário digita as letras que quer, escolhe os materiais e acabamentos, a empresa executa e envia para sua casa a peça pronta.

A plataforma abriga ainda projetos de design com um alto nível de personalização. O Kinemactics (Figura 33), projeto do *Studio Nervous System* – e também disponível na *Shapeways* – utiliza um sistema para impressão que cria formas complexas e dobráveis, compostas por módulos articulados. Desta forma, é possível transformar qualquer forma tridimensional em uma estrutura flexível usando a impressão 3D, combinando técnicas de geometria computacional com física e personalização.

São produzidos desenhos que possuem de 10 a 1000 componentes, e estes se interligam para construir estruturas mecânicas dinâmicas onde cada módulo é rígido, mas na estrutura geral, o conjunto se comporta como um tecido contínuo. Através do site o usuário é capaz de definir os parâmetros de sua peça de acordo com seu corpo.

Figura 33 - Peças de vestuário Kynemactics

Fonte: <https://n-e-r-v-o-u-s.com>.

2.5.2 O *prosumer* e a coautoria

Como exposto no tópico acima, a comunidade maker dispõe de diversas plataformas para a troca de projetos e até possibilita a construção e desenvolvimento de novos objetos por parte do usuário. Ao consumidor/usuário deste tipo de serviço é dado o nome de *prosumer*, que deriva do termo *prosumption*¹⁴ (*production by consumers*), que seria algo como “produção pelo consumidor”.

O designer pode atuar de diversas maneiras neste tipo de produção. Primeiramente, ao disponibilizar seus projetos nas comunidades, uma contribuição que vai ao encontro do que muitas pessoas dentro da comunidade pregam, do design “aberto”. Também é possível disponibilizar tutoriais e outras direções para que o usuário possa executar suas criações.

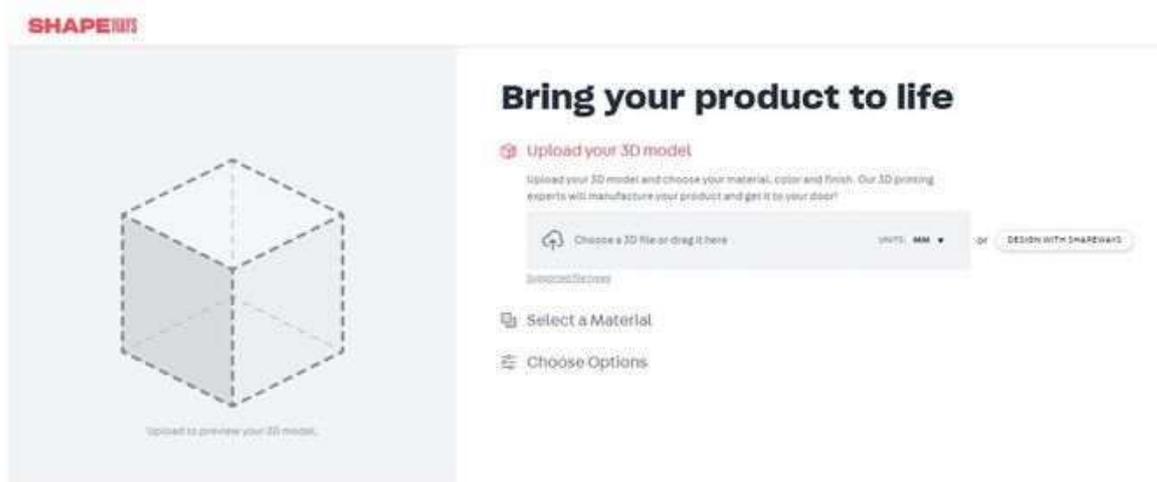
Entram neste processo os exemplos anteriores de uma participação limitada e programada dentro de um programa desenvolvido para executar um projeto concebido por designers, aumentando o nível de personalização do produto.

Ainda tomando como exemplo a plataforma *Shapeways*, existe a possibilidade de contratar o serviço de um designer para atender um projeto sob demanda. O

¹⁴ Esta terminologia é baseada no termo cunhado por Alvin Toffler em seu livro *A terceira onda* (*The thirdwave*, 1980).

usuário faz o upload de suas ideias no espaço destinado (Figura 34) a este tipo de interação e o designer faz a modelagem e desenvolvimento do protótipo.

Figura 34 - Interface de projetos Shapeways



Fonte: <http://www.shapeways.com>.

As possibilidades de produção e interação são muitas, e vão aumentando na medida que as pessoas se envolvem dentro da comunidade e experimentam novas maneiras de criar. Vale salientar que o papel do designer nesse processo está mais para o de um mediador, as opções para o *prosumer* são variadas mas de certa forma limitadas, diferente do processo criativo complexo do design autoral, por exemplo.

Essa discussão de autoria está em evidência nos últimos meses com a implementação de ferramentas de inteligência artificial que emulam efeitos das artes visuais, utilizando em sua base de dados referência de trabalhos de artistas sem o seu devido consentimento e crédito.

Utilizar de processos automáticos quase instantâneos para reconhecer, copiar e utilizar o trabalho autoral, que é demorado e que para ser desenvolvido requer tempo de estudo e prática, está mobilizando campanhas contra a utilização desse artifício ou a regulação de tais práticas. Entra em questão a usurpação não só da propriedade intelectual do artista ou pessoa criativa, mas oportunidades de trabalho podem ser ameaçadas.

2.5.4 Plataforma de financiamento coletivo

A internet modificou múltiplos aspectos do cotidiano através da facilidade com que diversas transações e procedimentos são realizados. De compras de supermercado ao planejamento de viagens, tudo pode ser feito do sofá de casa através de um computador ou até mesmo do celular. Com a mesma rapidez e comodidade, mesmo que com quantias módicas, um grupo de usuários pode ajudar a tirar um projeto criativo independente do papel e materializá-lo em produto.

Plataformas específicas para este tipo de transação (*Kickstarter*, *GoFundme*, *idea.me*, *catarse*, entre outros) possibilitam que qualquer pessoa possa captar recursos para a execução de seus projetos, o que é bastante conveniente para que designers possam levar adiante projetos que dificilmente despertariam interesse da indústria, principalmente para os que estão em início de carreira.

Figura 35–Pagina da Campanha de desenvolvimento de produto na plataforma Kickstarter

The screenshot shows a Kickstarter campaign page for 'The 2019 Manual Ceramics Collection' by Craighton Berman. The page includes a video player (1), funding statistics (2), and a 'Back this project' button (3). The funding statistics show US\$ 21,127 pledged of a US\$ 25,000 goal, with 267 backers and 14 days to go. The 'Back this project' button is green and has a red circle with the number 3 next to it. Below the button are social media sharing options and a reminder button. At the bottom of the page, there are three numbered red circles with corresponding text explaining the visual resources.

- 1 Recurso visual: vídeo de apresentação do produto proposto.
- 2 Indicadores: número de valor arrecadado, quantidade de apoiadores e valor arrecadado na campanha.
- 3 Recurso visual: link para contribuir financeiramente com o projeto e links para divulgação em redes sociais.

Fonte: <http://www.kickstarter.com>.

As propostas são expostas em um perfil, onde o criador descreve a ideia e utiliza de recursos audiovisuais diversos para captar investidores. A dinâmica do processo de financiamento varia de plataforma para plataforma, com algumas funcionando como uma transação de investimento visando o retorno financeiro ao usuário, algumas sem retorno financeiro algum, apenas como apoio ao projeto, e outras oferecendo “recompensas” de acordo com a quantia investida, que pode ser revertida de brindes à aquisição do produto a ser desenvolvido.

A forma mais popular de financiamento para os projetos de design é a que conta com a aquisição do produto, que funcionaria como uma compra caso o produto já estivesse à venda. É comum que em alguns projetos sejam oferecidas mais peças ou brindes quanto maior for a contribuição. Caso de sucesso na plataforma Kickstarter, o projeto da SMARTABLE (Figura 36) arrecadou mais de três vezes o valor pleiteado para sua produção, que hoje conta com uma loja virtual. O produto é uma espécie de “mesa inteligente” ou mesa multimídia, que comporta diversos elementos tecnológicos embutidos, concentrando funções de outros aparelhos eletrônicos em uma peça de mobiliário.

Figura 36 - Smartable (2017)



Fonte: <http://www.smartable.eu>.

O produto segue a linha do minimalismo do móvel escandinavo, utiliza madeiras nobres e é feito manualmente. O seu tampo, por ser conectado através de ímãs, pode ser destacado para ser usado como uma bandeja, de apoio para as refeições ou para o uso de laptop. Além disso, o móvel conta com uma luminária de

LED controlada pelo toque, carregador portátil sem fio que funciona por contato e um alto-falante conectado via *bluetooth* com o dispositivo de preferência do usuário, reproduzindo o áudio de músicas, filmes, vídeos ou jogos de videogame.

Figura 37 - Utilização da Smartable



Fonte: <http://www.smartable.eu>.

É possível perceber que o produto agrega diversas funções que atendem a um conjunto de necessidades recentes, e que o grau de inovação consiste em proporcionar a interação com dispositivos tecnológicos através do mobiliário, coisa que não é comum para este tipo de artefato. Também é importante ressaltar que o desenvolvimento deste produto vai ao encontro do que Ferrara (2011) coloca sobre as novas atribuições do jovem designer autoprodutor, que é familiarizado com as novas tecnologias ao mesmo tempo que faz uso de técnicas manuais, por apresentar diversos elementos eletrônicos de última geração, mas também ser executado manualmente.

Já no projeto da linha Fuzl (Figura 38), outro caso de sucesso que conseguiu o triplo da meta, pretendia-se elaborar um móvel que pudesse ser de fácil montagem e armazenamento em espaços pequenos, com a preocupação de reduzir o impacto ambiental de sua produção.

Figura 38 - Cadeira Fuzl (2017)

Fonte: <http://www.kickstarter.com>.

Ao observar os móveis flat-packs, produtos cujas partes são planas e assim mais fáceis de transportar e armazenar, o designer londrino Oliver Theobald percebeu que o descarte se dava pela qualidade dos materiais ou pela falta de praticidade em sua montagem. Em seus produtos o designer insere cliques metálicos (*easy-clips*) de fácil manuseio e durabilidade e que dispensam o uso de ferramentas, e a madeira utilizada também é de boa qualidade.

Figura 39 - Peças e montagem da cadeira Fuzl

Fonte: <http://www.kickstarter.com>.

As peças são de madeira certificada e cortadas a laser, e o material que sobra deste processo é reciclado. Outra medida para garantir a sustentabilidade na cadeia produtiva é abolir o uso de plásticos nas embalagens dos produtos e no que estiver sob o controle da produção, bem como com a diminuição do transporte por veículos automotivos em alguns centros urbanos da União Européia (onde o produto é comercializado), com entregas feitas por bicicleta.

Figura 40 - Produção e entrega da cadeira Fuzl



Fonte: <http://www.fuzl.com>.

A linha Fuzl participou de várias feiras de comércio e foi finalista da premiação Spark, organizada pelo Design Council do Reino Unido no ano de 2017. Ao recorrer à plataforma de financiamento coletivo, além de atingir o objetivo de ter recursos para continuar a produção dos produtos, é intenção do designer investir em estudos para continuar a desenvolver móveis de maneira cada vez mais sustentável, fato que ele explicita na publicidade de seu projeto.

De forma semelhante, o móvel SPYNDI (Figura 41), criado em 2007, participou de diversas exposições e foi ganhador de prêmios enquanto protótipo. Em 2016 o designer Mindaugas Zhilionis lançou para o financiamento coletivo a produção de seu produto, fruto de anos de desenvolvimento.

Figura 41 – SPYNDI

Fonte: <http://www.spyndi.com>.

A inovação por trás deste produto está na configuração de um perfil unificado, onde módulos idênticos (Figura 42) inspirados em vértebras humanas permitem criar diversas formas, com um sistema de trava por encaixe que possibilita formar linhas retas, curvas e combiná-las entre si.

Figura 42 - Sistema de encaixes SPYNDI

Fonte: <http://www.kickstarter.com>.

Com o conjunto de peças de diversos comprimentos, o usuário pode configurar o móvel que desejar, do banquinho à *chaise longue*:

Figura 43 - Possibilidades de montagem da SPYNDI

Fonte: <http://www.kickstarter.com>.

Ao todo a Spydi possui 76 peças, que são formadas por mais de 1.568 pequenos módulos. Estes módulos são cortados via CNC, mas as peças são executadas manualmente: são coladas, lixadas e providas com o sistema de travamento em suas extremidades, o que leva em torno de 160 horas para fabricar o produto em sua totalidade

Figura 44 - Processo de produção da SPYNDI

Fonte: <http://spyndi.com>.

O financiamento coletivo permite que projetos com diferentes abordagens da inovação possam ser produzidos, impulsionando o desenvolvimento e a comercialização do trabalho de jovens designers de maneira bastante acessível. Portanto, apresenta-se como uma oportunidade para o desenvolvimento criativo.

3 O MOBILIÁRIO BRASILEIRO AUTORAL

O capítulo realiza uma breve contextualização em ordem cronológica da jornada do design de mobiliário autoral brasileiro, desde quando começou a trilhar um caminho de libertação das cópias estrangeiras, até a pluralidade do design contemporâneo. Aqui se põe em discussão aspectos da configuração do produto bem como de seus processos produtivos e uma breve reflexão do contexto cultural em que se inserem, práticas que fizeram a atividade ganhar notoriedade e considerações sobre a situação atual.

3.1 O modernismo e o início de uma identidade

O Brasil, durante muito tempo absorveu os costumes e gostos europeus. Santos (2017) aponta que de herança, ficou o “patrimônio artesanal dos trabalhos em madeira”, que figura como grande referência na história da mobília e dos interiores da casa brasileira. Os artesãos nacionais e os estrangeiros que aqui se instalaram copiavam os modelos de móveis da Europa e América, mas usando as madeiras nativas.

No fim do século XIX, com as facilidades que a mecanização da produção proporcionava, a fabricação artesanal dos móveis começou a entrar em declínio. A resistência da atividade se deu pela tradição do móvel de madeira no país, preferência que perdurou por muito tempo e que ganhou renovação com alguns nomes do modernismo. Santos destaca, ainda, alguns fatores que contribuíram para as mudanças da produção do móvel no país, como a interrupção das importações durante as duas guerras mundiais, juntamente com a migração de arquitetos e artesãos de origem europeia neste período. Também no segundo pós-guerra há o amadurecimento de uma preocupação em criar peças de mobiliário adequadas às nossas condições, tanto climáticas como na oferta de materiais.

É possível afirmar que o movimento modernista brasileiro foi o pontapé inicial para que se desenvolvesse um mobiliário autêntico autoral, como materialização da expressão de seu criador e não mera reprodução de estilos. Por mais que os pioneiros

nesta seara fossem adeptos do conceito de standardização¹⁵, há uma preocupação em se desvencilha de modelos impostos por tanto tempo e criar um estilo que representasse seu tempo (SANTOS, 2017).

A transição do estilo eclético para o moderno ocorre entre as décadas de 1920 e 1930, mas as produções acabaram não diferindo muito da produção européia e esse processo ocorre de forma mais ampla. Inicialmente o modernismo é introduzido por artistas e arquitetos estrangeiros que chegam ao país (principalmente por causa das guerras), e por consequência, muito ligados às referências culturais europeias.

A autora afirma que a grande importância desta fase foi “o despertar da inércia acadêmica”, e destaca a introdução de novos materiais e processos produtivos. Assim, a utilização desses recursos neutralizava a aplicação integral das referências de fora, possibilitando maior autonomia projetual. É possível perceber nas figuras abaixo a semelhança nas formas dos braços das cadeiras de Lina Bo Bardi e Zanine Caldas com a base da mesa de Isamu Noguchi (Figura 45).

Figura 45 - Semelhança na forma das cadeiras modernas



Fonte: www.etelinteriores.com; www.essenciamoveis.com.br; www.noguchi.org.

Por mais que a concepção caminhasse dentro de um padrão comum do movimento, restrito a certo grupo de profissionais e em ambiente elitista, o conceito de estética começa a ser questionado, é “dessacralizado e passa a penetrar na esfera

¹⁵Linha de atuação da Deutsche Werkbund, associação alemã que reunia artistas, artesãos, industriais e publicitários. A standardização estava relacionada à tipificação dos produtos, O Weissenhofsiedlung, ponto alto de seu trabalho, consistia em um experimento em que seriam projetados dentro de uma unidade formal desde a casa até os seus utensílios.

do cotidiano e dos anônimos objetos de uso” (*Id. Ibid.*, p. 39). Momento em que se intensifica a reflexão em torno do papel dos bens de consumo na sociedade, entendendo que servem, em primeira instância, para serem usados, e não meramente contemplados (comparação com os adornos excessivos dos estilos passados).

Destaca-se o pioneirismo do russo Gregori Warchavchik, criador do primeiro manifesto da arquitetura modernista no Brasil, e introduz por aqui os princípios e linguagem da modernidade, carregado de influências de Le Corbusier, Walter Gropius e Mies Van der Rohe. Ainda de acordo com Santos, o arquiteto encontra certa resistência na indústria da época, que não estava preparada ou não possuía intenção em adaptar-se para a produção dos artefatos por ele projetados. Warchavchik introduz os móveis de aço tubular tão difundidos pela Bauhaus, e por mais que a produção de protótipos tenha sido dispendiosa, proporcionou um impulso na modernização do setor, consequentemente reduzindo os custos de fabricação dos artefatos modernos.

Abaixo, o carrinho de chá produzido por Warchavchik (Figura 46) e a icônica cadeira Wassily (Figura 47), de Marcel Brauer.

Figura 46 - Carrinho de chá (1927)



Fonte: www.espasso.com

Figura 47 - Cadeira Wassily (1925)



Fonte: www.eurofurniture.com

Santos cita ainda o arquiteto Fongaro¹⁶, que diz que no Brasil não houve muita resistência às concepções da mobília moderna como na Europa, porque aqui não havia uma “tradição consolidada, que deveria ser incorporada ao novo”. O “problema” do Brasil consistia na estrutura de sua produção que, artesanal, não estava no mesmo patamar que boa parte do mundo.

As décadas seguintes são de consolidação do movimento, movido por conquistas no aspecto produtivo e projetual dos artefatos. Quem estava imerso na evolução do estilo europeu desenvolve a preocupação em adaptá-lo – e não mais reproduzi-lo integralmente – à realidade brasileira, principalmente em relação aos insumos. São utilizadas madeiras nativas, tecidos e materiais como a palhinha e o couro. Destacam-se nomes como Joaquim Tenreiro, Lina Bo Bardi, Zanine Caldas e Sérgio Rodrigues.

Figura 48 - Poltrona Mole (1961), Sérgio Rodrigues.



Fonte: <https://linbrasil.com.br/>

Arquitetos como Lúcio Costa e Oscar Niemeyer buscavam encomendar móveis para equipar seus projetos arquitetônicos, e assim a produção do mobiliário tomou fôlego. No entanto, quando a demanda cai depois de todos os prédios e espaços projetados serem mobiliados, e o mercado doméstico não apresenta a demanda

¹⁶Carlo Benvenuto Fongaro (1915-1986), arquiteto italiano que se estabeleceu no Brasil em 1947. Adepto do móvel moderno, projetou para várias empresas.

necessária – uma vez que a população ainda estava ligada à noção de *status* que os móveis de estilos clássicos proporcionavam – a produção sofreu significativa diminuição. Este fato se agrava com o estabelecimento do regime militar iniciado em 1964, que segundo Borges (2013), contribuiu para a restrição das atividades culturais e das profissões criativas, que dependem do “livre pensar” para o exercício de suas atividades.

Neste período, o funcionalismo ganha mais força com a fundação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), em 1963, criada sob os postulados da Escola de Ulm¹⁷. Na década de 70, com a diminuição da produção dos móveis modernos, a indústria se volta para os móveis de escritório.

Zanine Caldas se destaca no meio por abandonar a produção industrial da madeira laminada para trabalhar com peças esculpidas de madeira “abandonada”. Seria uma espécie de protesto, o início da tomada de consciência da procedência da matéria prima, cuja extração e desperdício tomavam proporções preocupantes. Nesta época, a preocupação com a procedência do material e os selos de certificação não eram tão exigidos como hoje.

Figura 49 - Namoradeira, Zanine Caldas



Fonte: <https://casaclaudia.abril.com.br/>

¹⁷Hochschule für Gestaltung Ulm é uma escola fundada na Alemanha com o intuito de dar continuidade aos princípios da Bauhaus. A Escola de Ulm influenciou a teoria, a prática e o ensino do design por todo o mundo. O funcionalismo no design deveria satisfazer às necessidades físicas e psíquicas do usuário através dos produtos, e sua configuração formal era justificada para atender a função do produto.

Com o processo de redemocratização ocorrido nos anos 80, ressurgiu o design autoral. Ainda segundo Borges, é a geração que vai continuar o caminho sedimentado pelos modernistas de recuperar “o interesse na produção primorosa – e muitas vezes artesanal – do móvel de madeira” (BORGES, 2013, p. 14).

Entre os nomes representativos deste momento no design nacional estão Carlos Motta, Mauricio Azeredo, Cláudia Moreira e Salles, Marcello Ferraz e Reno Bonzon. Somados a estes, muitos dos nomes modernos continuavam na ativa, a exemplo de Geraldo de Barris, Bernardi Figueiredo, Jean Gillon, Ricardo Fasanello, Sérgio Rodrigues e Zanine Caldas.

Neste momento, surge uma onda de experimentação com materiais. “Além do tradicional combo madeira, palhinha e couro aparecem borracha, lona, alumínio, laminados estampados e fibra de cimento” (BORGES, op. cit., p. 16). Esta vertente também traz inovação na linguagem, se desvincilhando dos ideais funcionalistas, em que os detalhes não essenciais à função eram indesejáveis. Também manifestam-se as influências do pós-moderno que então estava em ascensão na Itália, descritas no tópico a seguir.

3.2 A influência do Novo Design

No contexto do período pós-guerra surgem os primeiros sintomas de crise nos países europeus. Jovens faziam protestos contra a longa guerra do Vietnã, e que ecoou como uma onda contagiante por toda a Europa: a Primavera de Praga, manifestações demais em Paris, Berlim e Frankfurt. A base comum para a crítica social se resumia ao conceito de uma Nova Esquerda (BURDEK, 2001, p. 61).

O clima de contestação pode ser visto materializado nos produtos, como a emblemática poltrona saco (Figura 50), um assento universal que permite ao usuário sentar ou deitar em qualquer posição.

Figura 50 - Publicidade da poltrona saco, Bean bag.



Fonte: <https://groovyhistory.com/>

No âmbito do design, o trabalho de Wolfgang Fritz Haug, a *Crítica da estética dos objetos*, sob uma perspectiva marxista, pesquisava o caráter duplo dos produtos, que se pode definir como valor de uso e valor de troca. Burdek (op. cit.) destaca que o autor mostrou através de vários exemplos que o design como meio de aumentar o valor dos produtos decepciona, porque através da configuração estética dos objetos não se alcançará melhora no valor de uso.

Burdek afirma que o design ganhou, entretanto, um movimento contrário ao que prevaleceu: a influência do movimento eclético dos pós-modernos, que se formou especialmente na Itália com o Grupo Memphis, mas espalhou-se pelo mundo. Os designers jovens experimentavam materiais, formas e cores que pareciam ser combinadas ao acaso. Peças achadas no lixo eram misturadas com componentes industriais (também chamados de semifabricados).

O design buscava inspiração no modo de trabalho da arte, procurando uma nova expressão para seus objetos. Muitos designers e até artistas decidiram "retrabalhar" objetos cotidianos de uso, provocando, assim, uma reflexão artística.

Design e arte misturavam-se, a exemplo dos objetos de Marcel Duchamp e objetos surrealistas de Magritte e Salvador Dali (Figura 51).

Figura 51 - Sofá Mae West (1974), Salvador Dali.

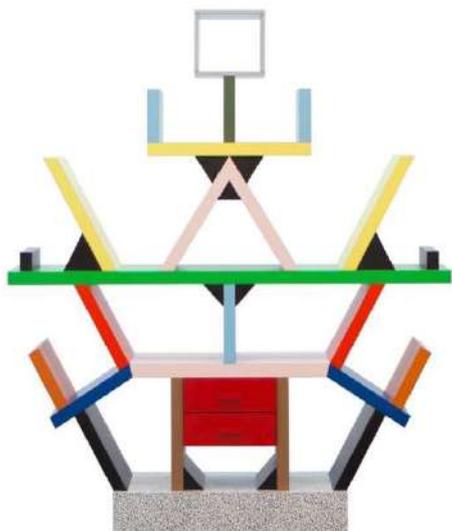


Fonte: <https://www.theguardian.com/>

Adélia Borges ressalta que uma das referências do movimento é o “subúrbio do mundo”, e para Barbara Radice, integrante do grupo italiano Memphis, é a busca de uma “linguagem em ebulição e ainda não codificada do Terceiro Mundo, onde os símbolos nascem e são reciclados de acordo com a ambiguidade lógica do desejo”. Gustavo Amarante Bomfim e Lina Mônica Rossi atribuem essas características ao design popular brasileiro, e comparam móveis do grupo Memphis com os que são vendidos nas feiras nordestinas de Caruaru e Campina Grande¹⁸. A seguir, a estante Carlton, do grupo Memphis e a cadeira multicolorida do artesão alagoano Jasson Gonçalves em sua profusão colorida.

¹⁸Gustavo Amarante Bomfim e Lia Mônica Rossi em “Moderno e pós-moderno, a controvérsia”, revista Design & Interiores nº 19, junho/ julho de 1990, p. 26.

Figura 52 - Estante Carlton (1981)



Fonte: <https://www.memphis-milano.com/>

Figura 53 - Cadeira do artesão Jasson Gonçalves



Fonte: <https://projetoalagoas.com/>

Na década de 1980, chegam ao Brasil vindos da Itália alguns designers – dentre eles Andrea Branzi e Alessandro Mendini – depois de presenciarem uma revolução de proporções mundiais no design, contrariando as ideias que restringiam forma e função. Segundo Brandão (2017), o movimento influenciou uma geração de jovens designers brasileiros.

A poltrona Sand (Figura 54), de Fúlvio Nanni, apresenta estrutura de mogno maciço e almofadões de lona. Formado na *Scuola Politecnica di Design* em Milão, a sua Nanni Marcenaria é um dos símbolos do início dos efeitos do pós-modernismo no Brasil.

Figura 54 - Poltrona Sand (1981), Fúlvio Nanni.



Fonte: SANTOS (2017)

Sobre o trabalho de Fúlvio Nanni, Giancarlo Latorraca¹⁹, diretor técnico do Museu da Casa Brasileira:

Sintonizado com experimentações livres da rigidez formal e funcionalista do móvel moderno tradicional, Fúlvio Nanni foi pioneiro ao introduzir padrões estéticos alinhados com as propostas do nascente pós-modernismo. Sua produção, além de seguir a boa tradição da marcenaria artesanal brasileira, explorando a diversidade de madeiras locais, promoveu a fusão de novos materiais industrializados, pesquisando e experimentando, com liberdade, combinações com metal, mármore, vidro, fórmica, resina, plástico, borracha, lona e tela. (LATORRACA, 2016).

Vencedor do prêmio de design do Museu da Casa Brasileira do ano de 1987, Carlos Motta inova ao projetar a São Paulo (Figura 55), uma cadeira que é vendida desmontada, com peças encaixáveis e dispostas numa caixa de papelão. Como aponta Santi (2013), as soluções formais da cadeira possuem semelhança com outras peças de mobiliário encontradas nas casas brasileiras, mas faz uma releitura contemporânea (principalmente pelo assento circular) e materiais, como o revestimento de laminado plástico colorido.

Figura 55 - Cadeira São Paulo (1987)



Fonte: <https://mcb.org.br/>

¹⁹Em nota sobre a exposição “Pioneiros do Design Brasileiro: Fúlvio Nanni e Nanni movelaria”, Disponível em: <http://www.mcb.org.br/programacao/exposicoes/mostra-pioneiros-do-design-fulvio-nanni>. Acesso em set. 2022

A exposição de Arte e Design da Bienal de Artes de São Paulo, realizada em 1987, reuniu muitos dos nomes do cenário pós-moderno. Peças de dez países diferentes, dentre elas trabalhos de Andrea Branzi, Alessandro Mendini, Ettore Sotras e do italiano residente no Brasil Luciano Deviá. Para ele, a criação dentro da raiz cultural funcionava como um manifesto político, pois não queria criar “coisas que funcionam”, que o design não deve ser visto como disciplina exclusiva da indústria, que ele acreditava ser o caso do Brasil. “Quando em uso, minhas peças continuam existindo como objeto estético”²⁰.

Dois anos mais tarde, em 1989, acontece a exposição dos irmãos Humberto e Fernando Campana intitulada "Desconfortáveis". Os móveis feitos de chapa de ferro eram pesados e com aparência agressiva, com soldas aparentes, ferrugem e formas pontiagudas (Figura 56). As peças não tinham o objetivo de cumprir com a função básica de uso, como uma cadeira tem a função de promover o sentar. O objetivo desta linha era provocar inquietude, o desconforto.

Figura 56 - Peças da coleção Desconfortáveis (1989)



Fonte: <http://www.campanas.com.br>

²⁰Luciano Deviá em entrevista para a revista "Design & Interiores. Edição 3, agosto de 1987, p. 22.

O objetivo desta linha era provocar inquietude, o desconforto. Como observa Borges, os irmãos com este trabalho ignoram princípios básicos do funcionalismo e do mercado, como as questões ergonômicas e a viabilidade produtiva. A escolha é por manifestar a “autoexpressão que em nada difere da pulsão artística” (BORGES, 2013, p. 22). Sobre o caráter dos produtos, os Campana:

[...] era totalmente anticomercial, o ferro fundido é um material inusual nessa tipologia de móveis porque é muito pesado, resultando em objetos nada funcionais, e a funcionalidade era – e ainda é – um axioma do design (CAMPANA, F; CAMPANA, H., 2009, p.31)

Assim, por mais que este não seja o primeiro evento a contestar as regras vigentes, a visibilidade e o impacto que causaram é considerado por Borges como o “marco de ruptura com o funcionalismo”, deste modo, abrindo caminho para o aprofundamento deste processo que segue seu percurso durante a década de 1990 e permanece no design contemporâneo

Neste período, a designer Marili Brandão com o apoio do designer e pesquisador italiano Vanni Pasca idealizam o evento Brazil Faz Design (BFD), exposição pioneira do design autoral brasileiro no Salão Internacional de Milão, Itália. A primeira edição ocorre em 1995, e seu efeito é considerado sem precedentes para a repercussão do design brasileiro.

É importante destacar a repercussão que a mostra BFD teve na Itália e no nosso país. A partir desse evento, diversos designers brasileiros que participaram da mostra foram incluídos em publicações e eventos europeus importantes. No meu entender, o movimento foi um propulsor e abriu as portas para o design brasileiro mundo afora. MAGALHÃES (2017, p. 17)

Ao todo, foram realizadas seis edições do evento, que ao longo dos anos movimentou o cenário do design brasileiro, estabelecendo premiações com categoria para estudantes e possibilitando uma exposição transformadora para os jovens designers. Vanessa Espínola Coutinho, na época estudante e selecionada com um produto autoral em depoimento para Brandão (2017, p. 23):

No contexto do BFD, foi fundamental a criação da categoria estudante dentro do prêmio. A iniciativa funcionou como um estímulo à pesquisa e ao aprofundamento na área, o que ajuda na formação de qualquer jovem designer. Os prêmios são um atrativo, claro, pois dão reconhecimento e promovem seu trabalho, porém o mais importante é a aproximação dos jovens com profissionais e o mercado, gerando um diálogo entre as gerações.

O evento foi descontinuado por diversos fatores, um deles é apontado pela idealizadora e curadora como a falta de iniciativas públicas para o fomento do design nacional. A experiência foi de grande valia para o design jovem, dando visibilidade e possibilitando contatos para nomes que hoje são grandes representantes do design brasileiro, como os Campana e Pedro Useche.

3.3 A pluralidade brasileira no design contemporâneo

Ao traçar um panorama do móvel contemporâneo brasileiro, Adélia Borges conclui que há produção criativa plural, diversa. Para ela, o Brasil conseguiu se livrar do estigma de copião de estilos e é visto internacionalmente como “um protagonista capaz de soluções que trazem frescor ao cenário do design” (BORGES, 2013, p. 8). A autora conta que no Salão do Móvel na década de 1980, presenciou a reação negativa de expositores internacionais frente aos brasileiros, inclusive impedindo-os de fotografarem seus produtos.

O ponto de transição para a autora, como já dito, seria a exposição Desconfortáveis, dos Campana. A série de produtos não vendeu, mas foi o estímulo para continuarem na experimentação dos móveis e na imperfeição dos acabamentos, o que culminou na descoberta de vários materiais considerados banais para a feitura de suas peças, como ripas de madeira e cordas de poliéster. “Havia uma distância abissal entre esse laboratório de ideias que era nosso estúdio e a indústria brasileira. Esta queria o tiro certo na produção” (CAMPANA F; CAMPANA H., 2009, p. 36).

Destas experimentações surge a Cadeira Vermelha que, em 1998, tem o licenciamento para a empresa italiana Edra. Juntamente com a exposição no MoMA²¹

²¹*Museum of Modern Art* (Museu de Arte Moderna), localizado em Nova York, Estados Unidos.

no mesmo ano – Museu no qual a Cadeira Vermelha faz parte do acervo permanente – projeta a carreira dos irmãos e provoca o reconhecimento nacional, o que pouco tempo depois acarreta em projetos com empresas brasileiras como a H. Stern, Tapetes Ocidentais e com a Tok & Stok. De certo modo, abre caminhos para um design mais permissivo, inclusive com as experimentações entre os limites do manual e do industrial. A produção da cadeira pela Edra é feita por um único funcionário do início ao fim.

Figura 57 - Cadeira Vermelha e sua produção



Fonte: <http://www.campanas.com.br>

O design brasileiro desde então vem recebendo espaço na mídia, com a cobertura em matérias e publicações de prestígio, além da participação e reconhecimento em prêmios internacionais como o IF Design Award. O mobiliário brasileiro tem participado com regularidade de exposições importantes como o Salão do Móvel, de Milão, e a venda dos móveis no mercado internacional aumentou consideravelmente. Há de se destacar que não só as peças contemporâneas, mas muitos dos nomes do modernismo, são aclamados e atingem altas cifras em leilões.

Também da década de 1990 são as cadeiras Mulher (Figura 58), de Pedro Useche, cujo assento traz dois seios femininos, e a poltrona Barroca (Figura 59), de Edith Diesendruk. Esta, conforme mencionado, é uma das inspirações pós-modernistas, apresenta referência a elementos de estilos do passado, desta vez representados em forma de paródia. Assim como o pufe Móvel (1991), de Flávio Verdini, cuja estrutura é um tambor de máquina de lavar descartado, estes móveis rompem com a lógica funcionalista e comercial do setor, lançando mão da predominância da dimensão simbólica dos artefatos.

Figura 58 - Cadeira Mulher

Fonte: BORGES, 2013.

Figura 59 - Cadeira Barroca

Fonte: BORGES, 2013.

Rafael Cardoso (2012) alega que o móvel possui “mobilidade”. A sua disposição no ambiente é mudada ao bel prazer de seu dono, inclusive a função a que se destina comumente pode não ser acatada. O autor cita uma cristaleira que ao ser herdada, passa a não abrigar cristais, mas, sim a dispor livros, subvertendo sua função. A contemporaneidade desamarra as regras formais do passado, e reconfigura o mobiliário com novas funções, permite a mobilidade e promove a interação por parte do usuário. A seguir, o sistema modular Campo (Figura 60), da Ovo design, que possibilita diversos arranjos de acordo com a necessidade e/ou vontade do usuário. Assim como a Poltrona Mandacaru (Figura 61), de Baba Vacaro, cuja configuração permite diferentes usos do objeto.

Figura 60 - Sistema Modular, Ovo Design (2007)

Fonte: <http://ovo.art.br>

Figura 61 - Poltrona Mandacaru, Baba Vacaro.



Fonte: <http://casa.abril.com.br>

Na contemporaneidade, há espaço para projetos e produtos com intencionalidade e motivações diversas. Móveis com alta tiragem e destinados a um público com baixo poder aquisitivo precisam ser pensados e executados, levando em consideração a diminuição de custo, que vai desde o material à estocagem, transporte, dimensionamento, entre outros que se caracterizam mais como aspectos práticos do design.

Já na produção de baixa tiragem – ou de peças únicas – a dimensão simbólica é mais comumente privilegiada. Assim como a declaração previamente citada de Luciano Deviá, à época da Bienal de Arte de 1987, que suas criações quando não estavam em uso funcionavam como objetos estéticos, na contemporaneidade, é possível fazer esta relação com uma sorte de artefatos, quando carregam valores que reportem ao repertório do observador/ usuário.

A questão é que o móvel brasileiro não funciona mais como simples representação de *status*, almejando equiparar-se com o consumo dos mais ricos, como boa parte da população reagiu frente ao acesso aos bens de consumo pós-industrialização. A escolha dos móveis que supera a função prática atua como representante da personalidade do seu consumidor, e essa é plural.

Os Campana afirmam que a cultura popular seria o grande trunfo e fonte de inspiração para um caminho originalmente brasileiro, e revelam que isto norteia seu trabalho. Como afirma Moraes (2006), por suas proporções continentais e por ter recebido influência de diversas culturas ao longo de sua existência, a

heterogeneidade cultural do Brasil impulsiona o desenvolvimento de seu design diverso.

A poltrona Bodocongó (Figura 62), de Sérgio J. Matos, utilizando colheres de pau em sua composição, tem sua inspiração no arranjo desses produtos nas feiras populares do Nordeste. A cadeira empresta o nome de um bairro da cidade em que o designer reside. Já Flávia Pagotti, para a concepção de seu banquinho Bate-papo (Figura 63) busca no “móvel vernacular” a sua inspiração, com uma releitura do que chama de banquinho caipira. Maurício Arruda com sua linha José (Figura 64), inspira-se no mercado informal e nas feiras populares.

Figura 62 - Poltrona Bodocongó



Fonte: <https://pt.sergiojmatos.com.br/>

Figura 63 - Banquinho Bate-papo



Fonte: <http://flaviapagottisilva.com/>

Figura 64 - Armário José (2011), Maurício



Fonte: <http://www.mauricioarruda.net/>

Para Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães, o Brasil possui esse *knowHow* de arranjos que nascem da necessidade, que toma forma pela engenhosidade do homem. A capacidade quase nata de transformar materiais –geralmente descartes e resíduos – em produtos , como as antigas lixeiras que eram feitas de câmaras de pneu de caminhão, ou latas de óleo que transformavam-se em candeeiro. E não são executados apenas produtos "funcionais", mas até hoje é possível encontrar na casa de brasileiros embalagens plásticas que se transformaram em ornamentos.

Tal característica, segundo Borges (2013), é o que poderia fazê-lo liderar a questão da sustentabilidade no cenário do design internacional, uma vez que está intrinsecamente ligada à cultura. Apresenta motivação diferente das de outros países, onde o uso de materiais descartados ou a transformação de objetos se dá por preocupações de viés ideológico, que migram do acadêmico para a práxis.

Abaixo, Mesa Cone de Nildo Campolongo (Figura 65). Utilizando carretéis descartados pela indústria têxtil.

Figura 65 - Mesa Cone, Nildo Campolongo.



Fonte: BORGES, 2013.

3.4 O design e a referência artesanal

A referência do artesanal²² no design de mobiliário pode apresentar-se tanto em seu processo produtivo, quanto em sua configuração formal. Apresenta-se como mais

²²Como dito, a referência do artesanal no design de mobiliário contemporâneo foi tema de dissertação da pesquisadora. Para um debate mais aprofundado que exige a demonstração das características distintivas entre artesanato e artes manuais, sugere-se a consulta deste material.

uma possibilidade de atuação no design contemporâneo, e a suas motivações e materializações são diversas.

A busca por uma formação tradicional na técnica artesanal, é representada aqui pelo trabalho de Inês Schertel (Figura 66) e Ricardo Graham (Figura 67). Ambos utilizam material típico para a tipologia em que escolheram se especializar. Enquanto Inês foca no processo de feitura do feltro de lã das ovelhas, que ela mesma cria – as formas de seus produtos modelados apresentam as “imperfeições” inerentes ao artesanal, feito à mão –, Graham entende as possibilidades que a matéria oferece, e faz uso de encaixes e sistemas da marcenaria tradicional, da própria madeira, meticulosamente executados para que além da funcionalidade, exerçam seu potencial estético, e por consequência, simbólico.

Figura 66 - Inês Schertel e seu trabalho com feltro de lã.



Fonte: <https://casacor.abril.com.br/>

Figura 67 - Ricardo Graham e a marcenaria tradicional.



Fonte: <https://www.oebanista.com>

Já o trabalho de Domingos Tótoro (Figura 68) representa o uso de técnica manual de modelagem tradicional adaptada ao contexto contemporâneo de utilização de resíduos. O designer desenvolveu técnica semelhante ao papel machê, transformando caixas de papelão descartadas por supermercados e indústrias da região. A pasta que surge do processamento do material, junto com cola, água e outros materiais, vira uma massa maleável, que depois de seco, torna-se rígido e resistente. O processo não gera resíduo e possui patente sob a modalidade “modelo de utilidade”. Tótoro, desde 2007, tem a certificação do Instituto de Qualidade Sustentável (IQS)

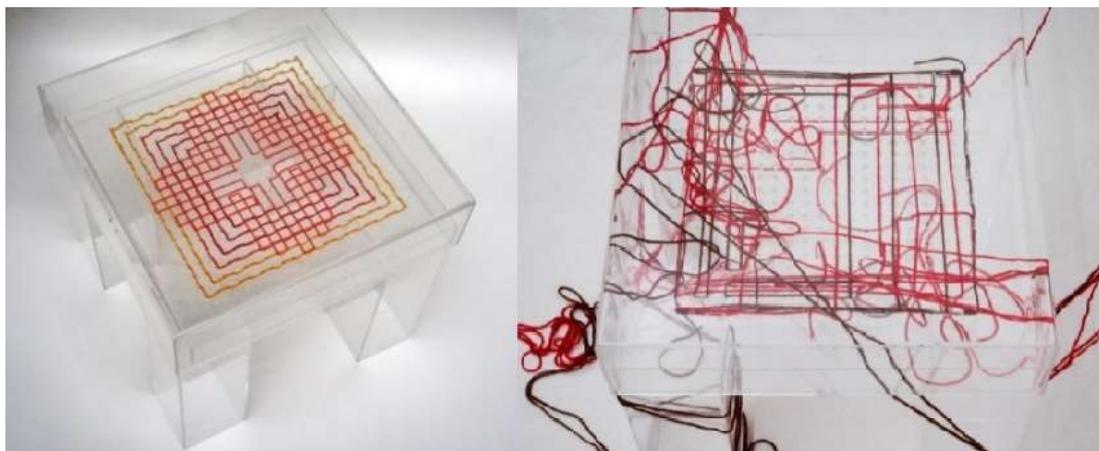
Figura 68 - Domingos Tótoro e a modelagem fruto de descarte.



Fonte: <https://casavogue.globo.com/>

Outra forma de representação é possibilidade de inserir elementos decorativos – e interativos – nas peças, como é o caso da Mesa Bordado (Figura 69), da designer Bianca Barbato. A peça, composta de chapas de acrílico transparente, é perfurada simetricamente, simulando os furos da trama do tecido que recebe a técnica de bordado ponto cruz. O usuário pode "bordar" o desenho que desejar, passando o barbante colorido por entre os furos.

Figura 69 - Mesa Bordado, de Bianca Barbato.



Fonte: <https://biancabarbato.com/>

Para desenvolver a linha Cangaço, os Campana fizeram uma parceria com um reconhecido artesão nordestino, Espedito Seleiro. Representante do artesanato tradicional – em que se aprende a profissão com as gerações anteriores da família –, tem como referência as peças que seu avô produzia para os cangaceiros do bando de Lampião. As peças adornadas e coloridas, típicas da estética de Espedito, são fruto de um desenvolvimento conjunto, não com a utilização da mão de obra do artesão para sua confecção.

Figura 70 - Os Campana e Espedito Seleiro

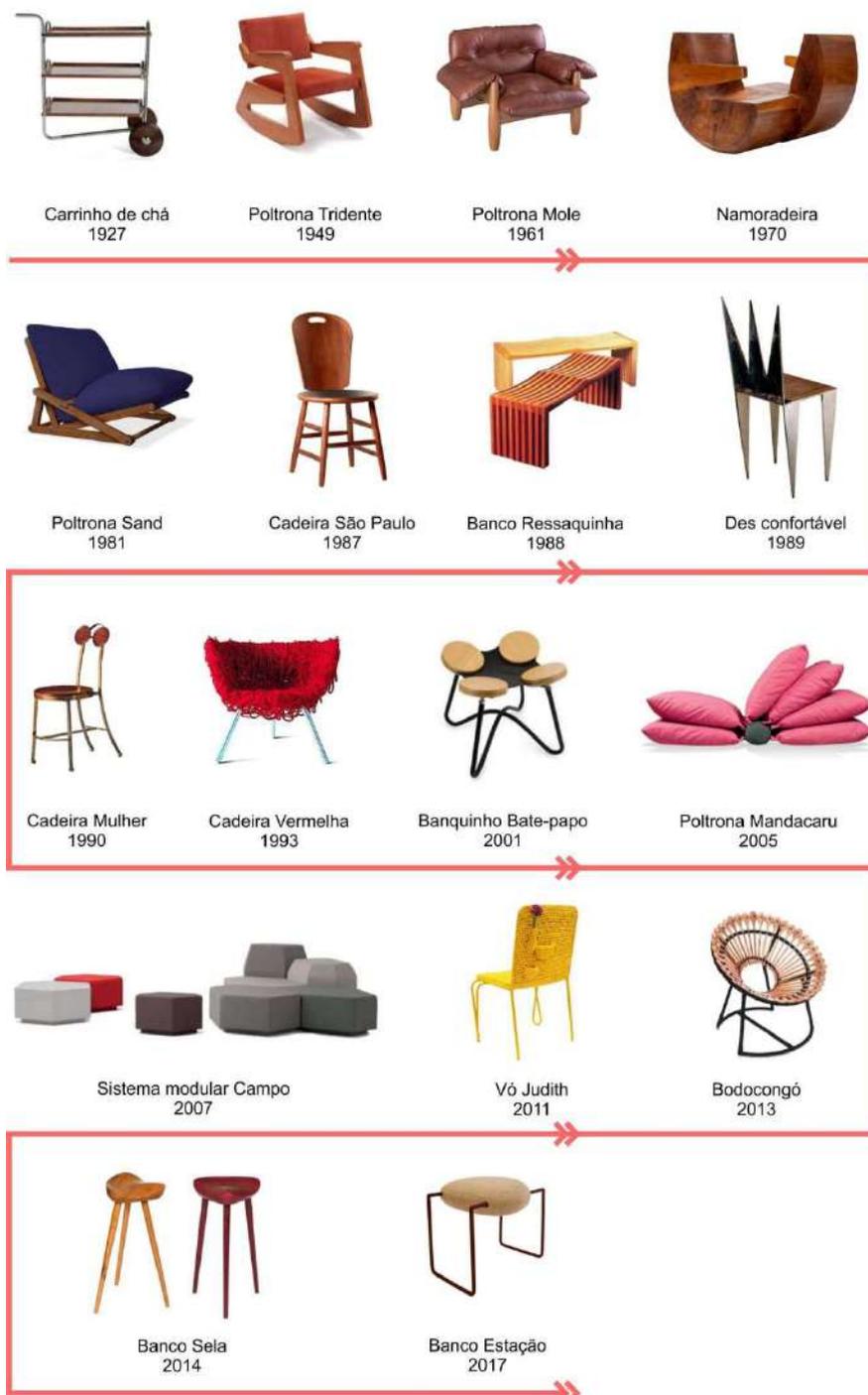


Fonte: <https://casaclaudia.abril.com.br/>

3.6 Linha do tempo

De maneira ilustrativa, expõe-se aqui um resumo organizado de forma cronológica do percurso do design de mobiliário autoral brasileiro, comentado neste capítulo.

Figura 71 - Produção do mobiliário autoral brasileiro.



Fonte: A autora (2022)

3.5 Mobiliário nordestino contemporâneo

O design autoral nordestino não tinha tanta expressividade até o fim da década de 2000. Contudo, nas décadas anteriores já havia a participação de projetos estudantis nas premiações do setor, como o guarda-roupas GSA (Figura 72), de estudantes de design de produto da Paraíba, vencedor do prêmio destaque categoria estudante no Prêmio Salão Design de 1998.

Figura 72 Guarda-roupas GSA



Fonte: <https://www.salaodesign.com.br/>

Com a nova onda de valorização do design autoral brasileiro com o design contemporâneo, que Moura (2021) atribui à entrada da internet, a exposição Desconfortáveis e a Poltrona Vermelha dos Irmãos Campana, surgem no Nordeste nomes como Sérgio J. Matos, Rodrigo Ambrósio e o Studio Mula Preta, participando de eventos e premiações desde então. É possível perceber que existe uma forte inspiração de elementos culturais da região no trabalho dos designers, mas que não se limitam a um estilo formal caricato e com uma pluralidade de materiais.

O Nordeste, região com maior número de estados do país, possui uma rica diversidade, diferentes tipos de biomas, áreas urbanas, rurais, e ainda preserva uma forte ligação com suas manifestações culturais. Tudo isso é uma rica fonte de referência para o design.

Em 2006 os Irmãos Campana iniciam uma série de colaborações do design com o artesanato ou artes manuais nordestinas. As bonecas de pano das bonequeiras da cidade de Esperança, na Paraíba, foram utilizadas para compor a Cadeira Paraíba (Figura 73).

Figura 73: Cadeira Paraíba



Fonte: <https://institutocampana.org.br/>

Figura 74: Bonequeiras de Esperança



Fonte: <https://transforma.fbb.org.br/>

Anos mais tarde, como mencionado anteriormente, recorreriam ao artesão Espedito Seleiro para uma parceria, dando vida a uma coleção de mobiliário em couro com a estética da indumentária do vaqueiro. O universo do vaqueiro também serviu de inspiração para peças dos designers do coletivo *Armorial Design Group*, como a poltrona Arreio e o banco Bode Véio (Figuras 74 e 75). Fruto da união de Sérgio J. Matos, Rodrigo Ambrósio, Zanini de Zanine e Ricardo Almeida, tinha no Movimento Armorial²³ uma referência para a adoção de uma linguagem que valorizasse a própria cultura, um ato de resistência contra o domínio da influência estrangeira.

²³ O Movimento Armorial foi idealizado pelo escritor paraibano Ariano Suassuna na década de 1970, visava criar uma arte erudita genuinamente brasileira a partir de manifestações da cultura popular nordestina. Contava com trabalhos na música, pintura, literatura, dança, teatro, cinema e arquitetura.

Figura 76 - Poltrona Arreio

Fonte: <https://sergiojmatos.blogspot.com/>

Figura 75 Banco Bode véio

Fonte: <https://sergiojmatos.blogspot.com/>

A temática dos acessórios sertanejos também aparece na peça multifuncional do estúdio paraibano Galho, que faz referência à bolsa carregada por animais de carga. Em 2021, foram vencedores do Prêmio Casa e Jardim com o produto.

Figura 77 Revisteiro, bar e cavalete

Fonte: <https://www.estudiogalho.com.br/>

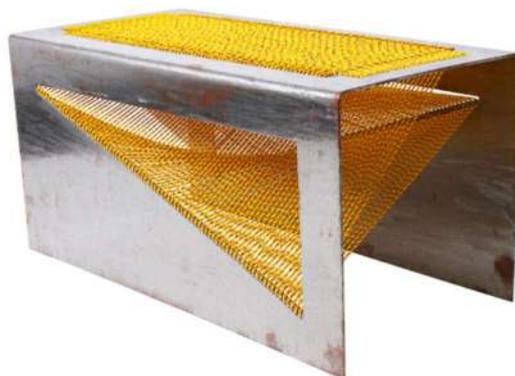
A adoção de elementos regionais acontece de forma bastante variada, com uso de materiais locais, na forma dos produtos, no processo produtivo com técnicas manuais tradicionais, ou na inserção de objetos de uso cotidianos. Ambos os produtos de Sérgio J. Matos e Rodrigo Ambrósio (Figuras 78 e 79), Caçua e Arapuca respectivamente, fazem alusão às armadilhas artesanais para caça, mas apresentam-se com estilos distintos, um mais tradicional com fios trançados e o outro mais futurista, com chapa de aço e formas menos literais do objeto de referência.

Figura 79 Poltrona Caçua



Fonte: <https://pt.sergiojmatos.com.br/>

Figura 78 Banco Arapuca



Fonte: <https://www.instagram.com/ambrosio/>

A poltrona Duna (Figura 80), do Studio Mula Preta, pega referência das dunas de areia que circundam a cidade de Natal, Rio Grande do Norte. A peça de madeira é composta de formas orgânicas, assemelhando-se a uma escultura. O móvel foi vencedor do prêmio *A'Design Awards* em 2013.

Figura 80 Poltrona Duna



Fonte: <https://mulapreta.com/>

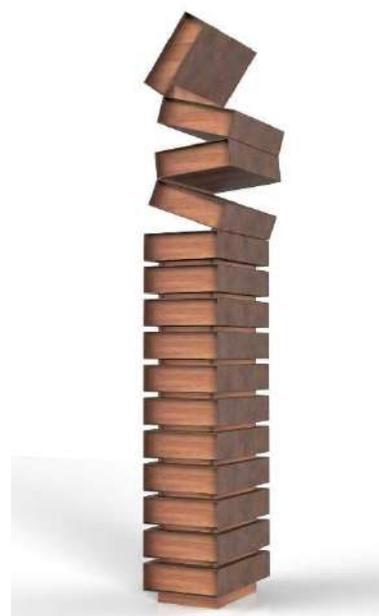
Os designers afirmam ter inspiração da cultura de onde nasceram e cresceram, mas não limitam seu trabalho a reproduzi-las. A irreverência seria sua maior característica, como no banco Centopeia e no gaveteiro Sanfona (Figuras 81 e 82).

Figura 81 Banco Centopeia



Fonte: <https://mulapreta.com/>

Figura 82 Gaveteiro Sanfona



Fonte: <https://mulapreta.com/>

Já Érico Gondim aplica técnicas manuais em diferentes materiais, criando uma trama elaborada, como na estrutura que envolve a cadeira Sucuri e a superfície em feltro da cadeira Ivy (Figuras 83 e 84). Seus produtos foram expostos em diversos eventos.

Figura 84 Cadeira



<https://ericogondim.com.br/>

Figura 83 Cadeira Ivy



<https://ericogondim.com.br/>

O trabalho do designer pernambucano Caio Lobo é marcado pelo uso de formas geométricas, como as cadeiras Vazio e Bissetriz (Figuras 85 e 86).

Figura 85 Cadeira Vazio



Fonte: <https://www.instagram>

Figura 86 Cadeira Bissetriz



Fonte: <https://www.instagram.com/caiolobo>

Por sua vez, o cearense Bruno Camarotti, utiliza madeira maciça e a marcenaria tradicional, com encaixes e entalhes. Em seu gaveteiro Icaraí (Figura 87), inseriu encaixes rabo de andorinha e entalhou formas orgânicas que lembram o curso do vento nas areias da praia.

Figura 87 Gaveteiro



Fonte: <https://estudiocamarotti.com/>

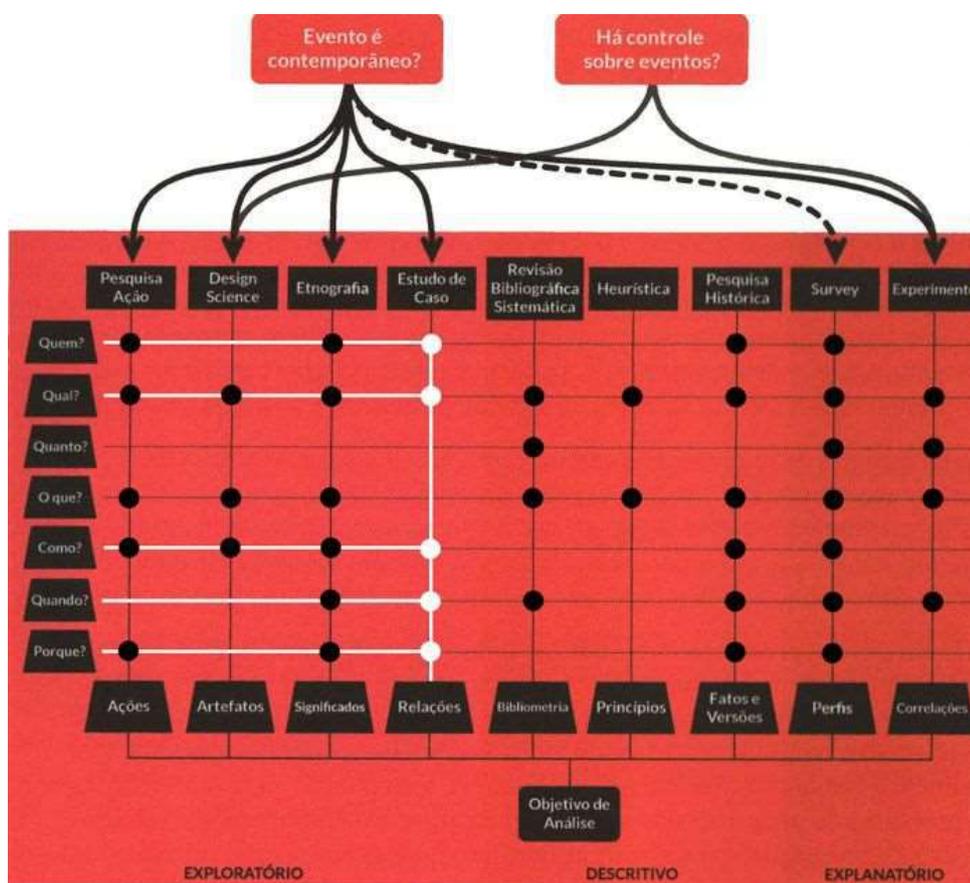
Por esse percurso, percebe-se que design contemporâneo nordestino conta com uma forte influência da cultura regional, que ao mesmo tempo mostra-se diverso em técnica e configuração formal. Ao longo dos anos vem ganhando mais aptos, e a presença de designers em eventos e premiações está mais constante. Iniciativas do setor local visam valorizar o design na cadeia produtiva de pequeno e micro empreendimentos, discutidas no Congresso Moveleiro do Nordeste (Conemov).

4. METODOLOGIA

Esta pesquisa de natureza qualitativa visou contribuir para o estudo do fenômeno da autoprodução no design de produto contemporâneo nordestino, com foco na produção autoral do design de mobiliário. A autoprodução é um fenômeno que está em constante desenvolvimento, com novos recursos tecnológicos que a cada dia modificam a dinâmica da relação com produtos, serviços e modos de produção.

Portanto, acreditou-se que o estudo de caso seria o método mais adequado para a investigação. Tal recurso, segundo Yin (2001), é indicado quando há a necessidade de responder a questões do tipo "como" e "por quê", assim como quando há, por parte do investigador, pouco controle sobre os eventos que pretende estudar. Mas para entender o "como" e o "por quê", adiciona-se o "quem", qual o perfil do ator no processo

Quadro 3 - Estrutura lógica a partir do problema de pesquisa



Fonte: SANTOS (2018, p.19).

Dessa forma, as perguntas que nortearam o desenvolvimento da pesquisa são: quem é, como atua e o que leva o jovem designer nordestino de mobiliário a optar pela autoprodução? Logo, a escolha pelo estudo de caso se mostra adequada, como ilustrada na estrutura (Figura 59) criada por SANTOS (2018):

Yin (2001, p. 35) coloca que o estudo de caso representa uma maneira de investigar um tópico empírico, seguindo-se um conjunto de procedimentos pré-especificados. Necessita, portanto, de planejamento e disposição para garantir o rigor científico. Como é um método de pesquisa com baixo controle dos eventos, as variáveis independentes podem ser muito numerosas, o que dificulta a determinação das relações de causa e efeito. Mas, é possível que o pesquisador possa fazer uma explicação inferencial da presença ou até ausência de vínculos causais.

Ao descrever as condições e critérios para que uma investigação possa ser classificada como estudo de caso único, o autor destaca os critérios: o caso deve ser crítico, extremo, único ou então revelador. Mas outro critério, talvez o que mais se aplique ao presente estudo, seja referente aos estudos de caráter exploratório: eles servem para aprofundar um fenômeno pouco investigado, levando à identificação de categorias de observação ou à geração de hipóteses para estudos posteriores.

A escassez de bases teóricas sobre o tema no Brasil, principalmente da perspectiva do design de mobiliário autoral, aponta para uma pesquisa de caráter exploratório e descritivo, tentando compreender sua dinâmica.

Sobre esse aspecto, Stake (1995) afirma que o estudo de caso único faz uma investigação da particularidade e da complexidade, compreendendo sua atividade concreta, seus detalhes de interação com o contexto em que estão inseridos. Sobre as finalidades, o autor define o estudo de caso intrínseco quando esta busca melhor compreender uma ocorrência pelo interesse da particularidade do caso em questão. Objetiva-se não a generalização do fenômeno e das teorias, mas entender suas particularidades e até semelhanças com construtos teóricos previamente elencados.

Ainda segundo Stake, para demonstrar tais conformidades e discordâncias, deve-se reunir informações sobre os seguintes aspectos:

- a) Natureza do caso;
- b) O histórico do caso;
- c) O contexto (físico, econômico, político, estético etc.);

- d) Outros casos pelos quais é reconhecido;
- e) Os informantes pelos quais deve ser reconhecido;

Naturalmente, o estabelecimento da pandemia possui implicações diversas sobre o contexto de qualquer que fosse o caso a ser escolhido, tornando-o de interesse de registro e análise. O Estúdio Galho, por ser formado por nordestinos e que atuam no Nordeste, quando a maioria das representações da categoria encontram-se no eixo Sul-Sudeste, também tornam o caso distinto para a investigação.

O processo de escolha pelo Estúdio Galho como objeto de estudo foi modificado junto com o andamento da pesquisa, enquanto esta também era afetada pela pandemia. Como dito anteriormente, o intuito inicial era executar um estudo de casos múltiplos com designers microempreendedores da região Nordeste, limitação geográfica para possibilitar a coleta de dados em campo por demandar tempo e ter custo de realização elevado, além de representar a produção regional, que por ser menos numerosa que as regiões supracitadas, possuem menos documentação.

O período de pandemia com a imposição do isolamento social acaba por impossibilitar a pesquisa de campo por pelo menos dois anos. Passado o período mais crítico e com a imunização e reforço da população e da pesquisadora, foi considerado o momento de retornar às atividades de pesquisa.

O efeito do impacto socioeconômico podia ser sentido ao observar as notícias, e ao passar pela frente do espaço físico do estúdio Galho, que constava no levantamento preliminar: as portas estavam sempre fechadas.

Foi um período de resistência em seguir com o tema, uma vez que a decisão por pesquisar o trabalho de designers independentes foi pensado e planejado em um contexto prévio, totalmente diferente. Como abordar pessoas que muito provavelmente ainda estão lidando com o impacto significativo em seus negócios?

Depois de reflexões, decidiu-se por continuar com o tema e suas devidas alterações, ou adaptações. Optou-se então, por viabilidade da pesquisa, tanto financeira, como por segurança sanitária e de tempo de execução, fazer um levantamento de designers de mobiliário autoral no estado da pesquisadora, e caso não houvesse representação de acordo com os critérios estabelecidos, passar-se-ia a uma busca nos estados vizinhos, como Pernambuco e Rio Grande do Norte.

Primeiramente, foi feito um levantamento de designers nordestinos que praticassem o design autoral. Foram selecionados 16 representantes. Dentre eles, usou-se como critério de seleção designer ou designers que trabalhassem na concepção de mobiliário autoral e que atuassem ou tivessem atuado no sistema de microprodução. Segundo Bianchini e Maffei (2015), o empreendedorismo engajado no sistema de microprodução pode ser uma alternativa temporária, apenas para ter seus projetos materializados para uma futura inserção no mercado de trabalho em parceria com empresas maiores, ou uma condição permanente, visando o estabelecimento de uma microestrutura de produção e distribuição (Quadro 4).

Quadro 4 - Abordagens da autoprodução

EMPREENDIMENTOS ENGAJADOS NA MICROPRODUÇÃO	
<i>DESIGNER EMPREENDEDOR</i>	EMPREENDEDOR TEMPORÁRIO QUE USA O DESIGN E HABILIDADES TÉCNICO-PRODUTIVAS (PRÓPRIA OU DE OUTROS) PARA DESENVOLVER PRODUTOS/SERVIÇOS PARA DISTRIBUIR NO MERCADO, INCLUINDO TECNOLOGIAS OU EQUIPAMENTOS NECESSÁRIOS PARA PRODUÇÃO SE NÃO ESTÃO DISPONÍVEIS NO MERCADO.
<i>MICRO FÁBRICA</i>	EVOLUÇÃO DO DESIGNER EMPREENDEDOR TEMPORÁRIO PARA O PERMANENTE, QUE USA O DESIGN E HABILIDADES TÉCNICO-PRODUTIVAS (PRÓPRIA OU DE OUTROS) PARA DESENVOLVER PRODUTOS/SERVIÇOS PARA DISTRIBUIR NO MERCADO, PRODUZINDO MICROESTRUTURAS DEDICADAS AO DESIGN, MANUFATURA/FABRICAÇÃO, E DISTRIBUIÇÃO.

Fonte: BIANCHINI; MAFFEI (2015, p.133).

Outro fator de seleção foi em relação à presença digital, era desejável ter um perfil próprio em alguma plataforma online, uma vez que este estudo busca verificar a relação do objeto de estudo com as redes para o processo de autopromoção. Como visto anteriormente, este recurso está cada vez mais presente na dinâmica de venda ou exposição de trabalhos, e a presença de um perfil dentro de uma plataforma de revendedor, por exemplo, tira a comunicação direta do usuário/cliente com o designer bem como a autonomia em gerenciar o conteúdo exposto.

Por último critério, está a seleção de produtos fruto do design jovem. Por design jovem considerou-se tanto a faixa etária do designer /designers quanto do empreendimento em si. Pasca (2001) refere-se ao jovem designer como aquele que tem até 40 anos, já a média de idade máxima de concursos ou exposições voltadas para o design jovem (como a *Salone Satellite*, em Milão) consideram o limite de 35 anos.

Ponderou-se que esse levantamento consideraria designers que iniciariam o empreendimento com o limite de idade de 35 anos e que atualmente não ultrapassassem os 40 anos. Também que o empreendimento não tivesse mais do que 10 anos, estabelecendo a janela temporal de 2012 a 2022.

Para o levantamento de designers que atuam com o design de mobiliário autoral no Nordeste foram pesquisadas publicações eletrônicas especializadas, eventos especializados como feiras e premiações, bem como por palavras-chave em redes sociais e sites de busca, listados abaixo:

1. Premiações:

Prêmio Museu da Casa Brasileira
Salão Design
Salone Satellite
IF Design Awards

2. Feiras/eventos

MADE – Mercado, Arte e Design
Bienal Brasileira de Design
CASA COR Paraíba
Luxo Décor Brasil
Home Decor

3. Portais

<https://boobam.com.br/>
<http://www.casabrasil.com.br/>
<http://casavogue.globo.com/>
<https://br.pinterest.com/>

Portanto, o único representante que atendia aos critérios estabelecidos e que poderia ilustrar as questões levantadas neste estudo foi o Estudio Galho. São designers jovens, com formação em design, empreenderam com produção própria – mesmo que agora estejam em um sistema de produção alternativo – e praticam a autopromoção com participação em eventos e com presença digital através de perfis próprios.

A variedade e complexidade dos dados coletados no típico estudo de caso pode apresentar-se como um obstáculo para a organização das informações. A escolha pela investigação da atuação do designer nos processos supracitados, envolvendo contextos dos quais o pesquisador não tem conhecimento prévio, faz com que o protocolo de estudo de caso necessite de uma estrutura lógica, principalmente uma boa base de preposições teóricas.

De posse dos pressupostos teóricos, o protocolo é feito com o objetivo de orientar o pesquisador e conduzir o estudo, contendo os pontos a serem investigados, instruções de como proceder em campo, elementos que devem ser procurados na observação direta, assim como uma possível previsão do que se obter em respostas.

Portanto, a pesquisa iniciou com o levantamento das bases teóricas acerca da autoprodução e sua relação como método produtivo e inserção no contexto pós moderno, a dimensão do design autoral e seu percurso na produção de mobiliário brasileiro, conteúdo que formatou os capítulos iniciais para contextualização do objeto de estudo e servem de guia para subsidiar a composição do protocolo de pesquisa empírica.

Foram consultados livros, periódicos, artigos nacionais e internacionais, e constatou-se que a grande maioria das publicações acerca da autoprodução é de origem italiana, o que dificulta o acesso por parte de pesquisadores estrangeiros, uma vez que as publicações impressas não apresentam versões digitais (*e-book*). A título de exemplo, no início do levantamento, o livro considerado essencial mediante consulta na bibliografia de artigos sobre o tema foi "*Scenari del giovane design: idee e progettati dall'europa e dal mondo*", de curadoria dos pesquisadores Vanni Pasca e Viviana Trapani. Tal publicação foi achada em um sebo de Portugal e levou três meses para chegar às mãos da pesquisadora no Brasil.

Partindo-se da pergunta "quem é, como atua e o que leva o jovem designer brasileiro de mobiliário a optar pela autoprodução", foi feita a divisão básica de grandes grupos em "**QUEM**", "**COMO**" e "**POR QUÊ**"? Dessa forma, refletindo sobre cada grande pergunta, foi possível traçar, embasada na pesquisa bibliográfica, o conjunto necessário de critérios para subsidiar a coleta e posterior análise de dados.

Faz-se necessário lembrar das hipóteses levantadas sobre a familiaridade com tecnologias e com a internet e a sua presença em pelo menos uma parte dos processos; se possuem inclinação para a experimentação com técnicas manuais de produção; se a autoprodução é o principal meio de materializar os projetos de cunho autoral, associados à inovação, à experimentação e ao controle de todos os processos criativos .

O objetivo geral deste estudo foi contribuir para caracterizar o fenômeno da autoprodução no design autoral de mobiliário contemporâneo brasileiro a partir de pesquisa bibliográfica e um estudo de caso, considerando os elementos e processos de sua atividade (projeto, produção, distribuição e comunicação), a dimensão da tecnologia em seu trabalho e a sua motivação por empreender através do design autoral. Como objetivos específicos, buscou-se:

- Contextualizar a autoprodução no design de produto e reconhecer sua prática no design de mobiliário brasileiro contemporâneo;
- Identificar a atuação, conhecimento e habilidades do designer de produto no processo de autoprodução do mobiliário autoral contemporâneo, envolvendo as etapas de criação, produção, distribuição e comunicação;
- Compreender a relação do *know-how* artesanal e a tecnologia na atuação do design autoprodutor de mobiliário autoral brasileiro;
- Investigar se a busca pela liberdade projetual e a expressão individual influenciam na escolha do jovem designer pela autoprodução;

4.1 Coleta de dados

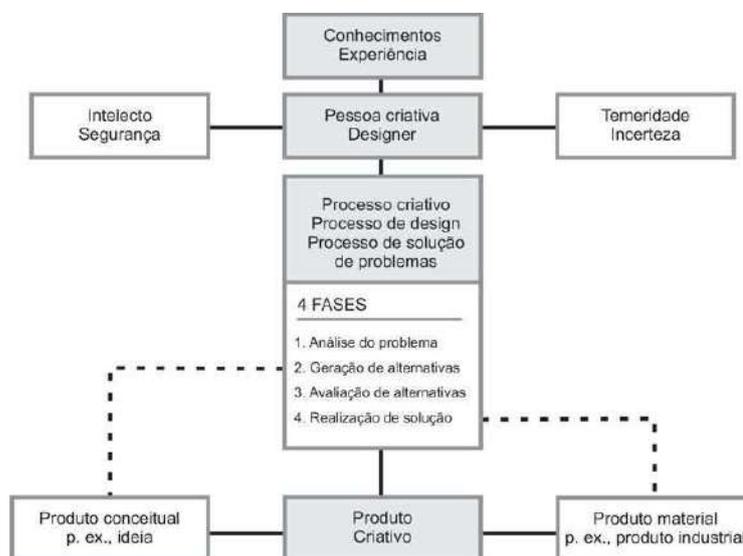
Para organizar a coleta de evidências, como dito, partiu-se dos grupos explicitados abaixo.

4.1.1 Quem?

O intuito deste grande bloco foi saber sobre os designers, buscar compreender possíveis aspectos socioculturais que possam ter influenciado a construção do repertório que emprega em seu trabalho, como Löbach (2001) assinala no processo de design ilustrado abaixo (Figura 62). De acordo com a bibliografia, o designer autoprodutor geralmente é jovem, transita entre o digital e o manual, que com uma metodologia própria empreendem e controlam o processo de concepção, produção, distribuição e promoção de seu trabalho (FERRARA, 2001; PASCA e TRAPANNI, 2001; MAZZARELLA e PERUCCIO, 2014).

Dessa forma, ponderou-se que informações sobre a trajetória de vida contemplando a escolha/entrada na formação em design de produto, bem como a transição da faculdade para a entrada no mercado de trabalho poderiam ser esclarecedoras. A dimensão do aspecto manual/artesanal e tecnológico também pode ser explorado.

Quadro 5 -O processo de design



Fonte: Löbach, 2001, p.140.

Para coletar tais informações, mostrou-se necessário utilizar diversas ferramentas, como busca em publicações eletrônicas, periódicos eletrônicos, sites de lojas multimarcas que trabalham com mobiliário autoral, as redes sociais do grupo

pesquisado, e por fim, acesso a documentos e registros fotográficos solicitados ao grupo, bem como entrevista semiestruturada.

4.1.2 Como?

A intenção deste bloco é garantir uma maior familiaridade com os processos de concepção, produção, distribuição e comunicação do designer (Figura 88), que conta com uma metodologia própria de atuação e organização. Além de registrar a maneira como trabalha e se organiza, o intuito é investigar a relação que o designer jovem tem com a tecnologia e com os processos manuais em todas as etapas.

Figura 88 - Processo de autoprodução



Fonte: a autora

Para montar o quadro referencial teórico, foram utilizados autores que tratam do processo de design. Bomfim (1995) identifica cinco fatores que determinam o desenvolvimento de um projeto:

- Sujeito criador ou o designer, participa do processo de produção de bens materiais de acordo com objetivos estabelecidos pela sociedade, interesses pessoais, capacidade técnica e habilidade para atender a esses objetivos;

- Sujeito produtor, quem se encarrega pela produção dos produtos;
- Sujeito consumidor ou usuários a quem os produtos visam atender as demandas;
- A sociedade como instituição ou representantes de interesses de grupos que determinam políticas de desenvolvimento econômico, social etc. através de normas e critérios;
- Produto, enquanto conjunto de estrutura e funções;

A presente pesquisa visa focar no sujeito enquanto o criador do produto, o processo de produção e materialização do produto e as questões sociais que podem influenciar os outros sujeitos. Para guiar a coleta de dados auxiliares, como imagens e vídeos ajudaram a construir as inferências das análises, buscou-se por elementos que ilustrassem os resultados visuais do processo de design, descritos abaixo por Mozota (2011, p.27):

Quadro 6 - Resultados visuais dos processos de design

ETAPAS	OBJETIVO	RESULTADOS VISUAIS
0. Investigação	Ideia	Reunião
1. Pesquisa	Conceito	Conceito visual
2. Exploração	Escolha de estilo	Esboços de ideias, rascunhos Esboços de apresentação Modelo em escala reduzida
3. Desenvolvimento	Protótipo Detalhamento	Desenhos técnicos Modelo funcional Simulação 3D para correção visual Capacidades de funcionamento
4. Realização	Teste	Documentos de execução Protótipo
5. Avaliação	Produção	Ilustração do produto

Fonte: Mozota (2011).

4.1.3 Criação

O intuito dessa investigação não é detalhar todas as etapas do processo e enquadrá-las em uma metodologia fixa, até porque como sempre é salientado, o autoproductor trabalha com uma organização própria. O intuito principal é verificar qual a relação de processos manuais e tecnológicos durante a etapa de concepção do produto. Ainda assim, houve o estudo das fases de projeto descritas por Löbach (2001), para nortear as análises do material levantado.

Quadro 7 - Etapas do projeto de design

<i>PROCESSO CRIATIVO</i>	<i>PROCESSO DE SOLUÇÃO DO PROBLEMA</i>	<i>PROCESSO DE DESIGN (desenvolvimento de produto)</i>
1 Fase de preparação	Análise do problema Conhecimento do problema Coleta de informações Análise das informações Definição do problema, clarificação do problema, definição de objetivos	Análise do problema de design Análise da necessidade Análise da relação social (homem-produto) Análise da relação com o ambiente (produto-ambiente) Desenvolvimento histórico Análise do mercado Análise da função (funções práticas) Análise estrutural (estrutura de construção) Análise de materiais e processos de fabricação Patentes, legislação e normas Análise de sistema de produtos (produto-produto) Distribuição, montagem, serviço a clientes, manutenção Descrição das características do novo produto Exigências para com o novo produto
2 Fase de geração	Alternativas do problema Escolha dos métodos de solucionar problemas, Produção de ideias, geração de alternativas	Alternativas de design Conceitos do design Alternativas de solução Esboço de ideias Modelos
3 Fase avaliação	Avaliação das alternativas do problema Exame das alternativas, processo de seleção, processo de avaliação	Avaliação das alternativas de design Escolha da melhor solução Incorporação das características do novo produto
4 Fase de realização	Realização da solução do problema Realização da solução do problema, nova avaliação da solução	Solução de design Projeto mecânico Projeto estrutural Configuração dos detalhes Desenvolvimento de modelos Desenhos técnicos, desenhos de representação Documentos de projeto, relatórios

Fonte: Löbach, 2001, p.142.

Grande parte do processo de desenvolvimento de design envolve a “prototipagem” – a elaboração, modelagem ou representação de determinados estágios do processo de design, permitindo a visualização do projeto com mais profundidade.

Os protótipos podem variar desde visualizações conceituais produzidas manualmente (representações bidimensionais ou desenhos rápidos), até imagens geradas por computador, passando por modelos físicos em escala ou tamanho real,

que podem ser executados manualmente ou por métodos de prototipagem rápida, como as máquinas de CNC. A prototipagem é parte essencial do processo de design, pois permite que novas ideias sejam testadas, avaliadas e otimizadas antes de processos de produção.

A prototipagem se mostra como uma boa ferramenta para convencer o criador/cliente/produtor dos méritos (e do argumento comercial) do design— seja porque possuem, por exemplo, um conhecimento técnico específico, seja porque oferecem apoio financeiro indispensável (BEST, 2012, p. 48).

4.1.4 Produção

O interesse deste tópico é investigar o processo de materialização dos produtos, uma vez que de acordo com a bibliografia, o designer autoprodutor pode se valer tanto de meios tecnológicos atuais, como utilizar de técnicas manuais.

4.1.5 Distribuição

O processo de distribuição leva em conta a localização geográfica do grupo de design, do local que o artefato é produzido – uma vez que pode ser executado por produção própria ou terceirizado – e para o seu destino, um consumidor ou um intermediário para a venda posterior. Neste sentido, busca-se compreender mais sobre o escoamento da produção do micro empreendimento, como os meios de transporte dos objetos, bem como o processo de logística e manipulação dos mesmos, e qual a importância e possíveis desafios desta etapa dentre as suas atividades.

4.1.6 Comunicação

A dimensão da comunicação compreende as estratégias e ferramentas que os designers utilizam para tornar pública a sua produção, engloba meios de comunicação impressas e digital, bem como as redes sociais. Como posto, representa uma importante janela para o contato exterior, possibilitando que os valores do designer possam ser construídos utilizando de linguagens audiovisuais e até textos. A intenção

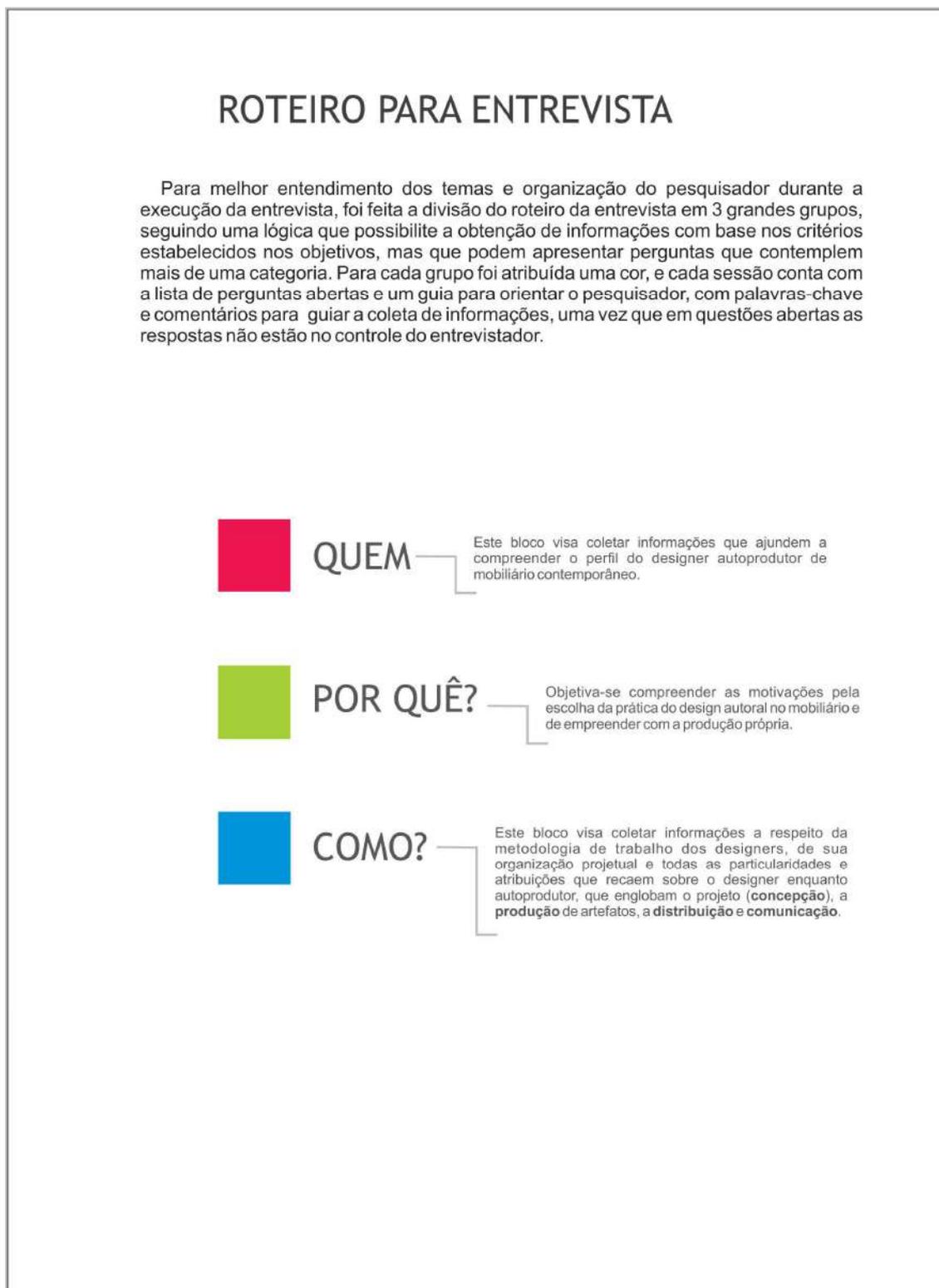
da investigação deste aspecto é observar como se dá o processo de promoção e interação por parte dos designers estudados no ciberespaço.

4.2 Entrevista

A ferramenta principal da presente pesquisa é a entrevista com o objeto de estudo. Foi elaborado um guia para a aplicação da entrevista utilizando os grandes temas (Figura 89) explicados acima, divididos por cores distintas. Na estrutura do guia foram postas palavras-chave para que a entrevistadora pudesse checar se os temas foram abordados pelos entrevistados. Em seguida, estão descritos alguns procedimentos de como agir antes e durante a arguição, bem como outras anotações pertinentes para o bloco temático.

Por último, em cada categoria estão as perguntas referentes ao grande tema, que visam guiar a entrevista, mas que podem ser elaboradas de acordo com o andamento da resposta dos entrevistados, contanto que o diálogo consiga responder ao que se propõe investigar. O Roteiro completo da entrevista encontra-se no apêndice B do presente trabalho, precedida da transcrição da entrevista na íntegra.

Figura 89 - Roteiro para a entrevista



Fonte: A autora

Figura 90 - Procedimentos para a coleta

QUEM

PALAVRAS-CHAVE:
 ORIGEM USO DE TECNOLOGIA FORMAÇÃO KNOW HOW
 REFERÊNCIAS NO DESIGN

PROCEDIMENTO

Começar de maneira informal, pedir para que eles se apresente e de acordo com as respostas, direcionar para o que quero saber, seguindo a ordem:

- contextualizar a trajetória de vida até entrar no campo do design;
- sua relação com a tecnologia e *know how* artesanal, ou qualquer habilidade que se relacione com o processo de conceber/contruir/alterar um artefato;
- a transição da faculdade de design para o mercado de trabalho;

Fonte: A autora

Figura 91 – Guião da entrevista

QUEM

ENTREVISTA:

INÍCIO: Apresentação, meu nome, pesquisa.

- 1 - Vocês podem se apresentar? Com nome, idade, cidade natal?
- 2 - Por que vocês decidiram fazer design de produto?
- 3 - Qual a experiência de vocês com a questão da «mão na massa»? Vocês faziam algum produto, consertavam brinquedos ou tinham experiência de conceber e construir algo manualmente?
- 4 - Vocês tinham acesso a computador e internet enquanto cresciam? como era a relação com as tecnologias que são necessárias enquanto aluno de design?
- 5 - Vocês acham que o curso de design preparou de maneira satisfatória para a atuação enquanto designer autoral e empreendedor?
- 4 - Quando surgiu o Galho e por que escolheram se fixar em João Pessoa? Planejam continuar aqui?
- 5 - Quais os desafios de produzir no nordeste?

Fonte: A autora

4.3 Sobre procedimentos de análise

Utiliza-se a ferramenta da Análise de Conteúdo (AC) para apreender o teor que interessa aos objetivos da pesquisa. Três tipos de matérias são aqui expostos: entrevista, produtos de mobiliário e outros registros (documentos, fotos e mídias das redes sociais, como imagens e vídeos). Duas delas são submetidas aos instrumentos da Análise de conteúdo: a entrevista e os produtos de mobiliário. Tratam-se de dois suportes distintos, um oral, convertido em texto para fins acadêmicos, e o outro iconográfico; ambos analisáveis pelas ferramentas da AC.

A análise de conteúdo pode ser definida como um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos visando à descrição do conteúdo das mensagens (BARDIN, 2011; FRANCO, 1986). No entanto, para as autoras, tal definição não é suficiente para descrever a sua complexidade, e ressaltam o papel da inferência dos conhecimentos relativos ao que Bardin chama de condições de produção, e que Franco descreve como mensagem, sendo ela verbal (oral ou escrita), gestual, silenciosa, figurativa, documental ou diretamente provocada, que envolvem as condições contextuais de quem a produz (ou de quem a recebe), dotadas de componentes cognitivos, subjetivos, afetivos, valorativos e historicamente mutáveis. Os campos dos métodos de análise de conteúdo, segundo Franco (1986), são postos a seguir:

Quadro 8 - Campo dos métodos de análise de conteúdo

DOMÍNIO DA LINGUÍSTICA	MÉTODOS LÓGICOS ESTÉTICOS E FORMAIS	MÉTODOS LÓGICOS SEMÂNTICOS	MÉTODOS SEMÂNTICOS E SEMÂNTICOS ESTRUTURAIS	HERMENÊUTICA
------------------------	-------------------------------------	----------------------------	---	--------------

Fonte: FRANCO, 1986.

No processo de análise de conteúdo, Bardin associa o trabalho do pesquisador ao de um detetive. O analista trabalha com a coleta de evidências cuidadosamente expostas de acordo com métodos mais ou menos complexos. Se a *descrição* seria a primeira fase do processo (enumeração das características das fontes, resumidas após tratamento), e a *interpretação* (significado dado a essas características)

representa a última etapa, a *inferência* (dedução lógica) é o processo que conecta uma à outra.

Talvez a maior dificuldade no processo de inferência na pesquisa qualitativa esteja na quantidade de interpretações possíveis, e sua visualização das perspectivas objetivas, na concretude das evidências, e simbólica, no que está nas entrelinhas. Cabe ao pesquisador um exercício de reflexão subjetiva, que os resultados da análise de conteúdo reflitam os objetivos da pesquisa, que considerem seu ponto de vista e que de maneira complementar sejam apoiados nas evidências coletadas. A análise de conteúdo, segundo Bardin (2011), pode ser dividida em três fases:

- A. A pré-análise;
- B. A exploração do material;
- C. O tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação;

A. Pré-análise

A fase de organização é um período intuitivo, mas que objetiva operacionalizar e sistematizar as ideias iniciais para que guiem o desenvolvimento da pesquisa mediante operações sucessivas, um plano de análise. Esta fase comumente engloba a escolha de documentos de análise, a formulação das hipóteses e objetivos e a elaboração dos indicadores que fundamentarão a interpretação destes.

A primeira atividade consiste em fazer uma leitura "*flutuante*", visando estabelecer contato com os textos e documentos, "deixando-se invadir por impressões e orientações". A exploração do material é feito sem compromisso, de maneira global, para apreender as ideias principais do que se busca pesquisar, promovendo assim a possibilidade de visualização de indícios não tão evidentes.

B. Exploração do material

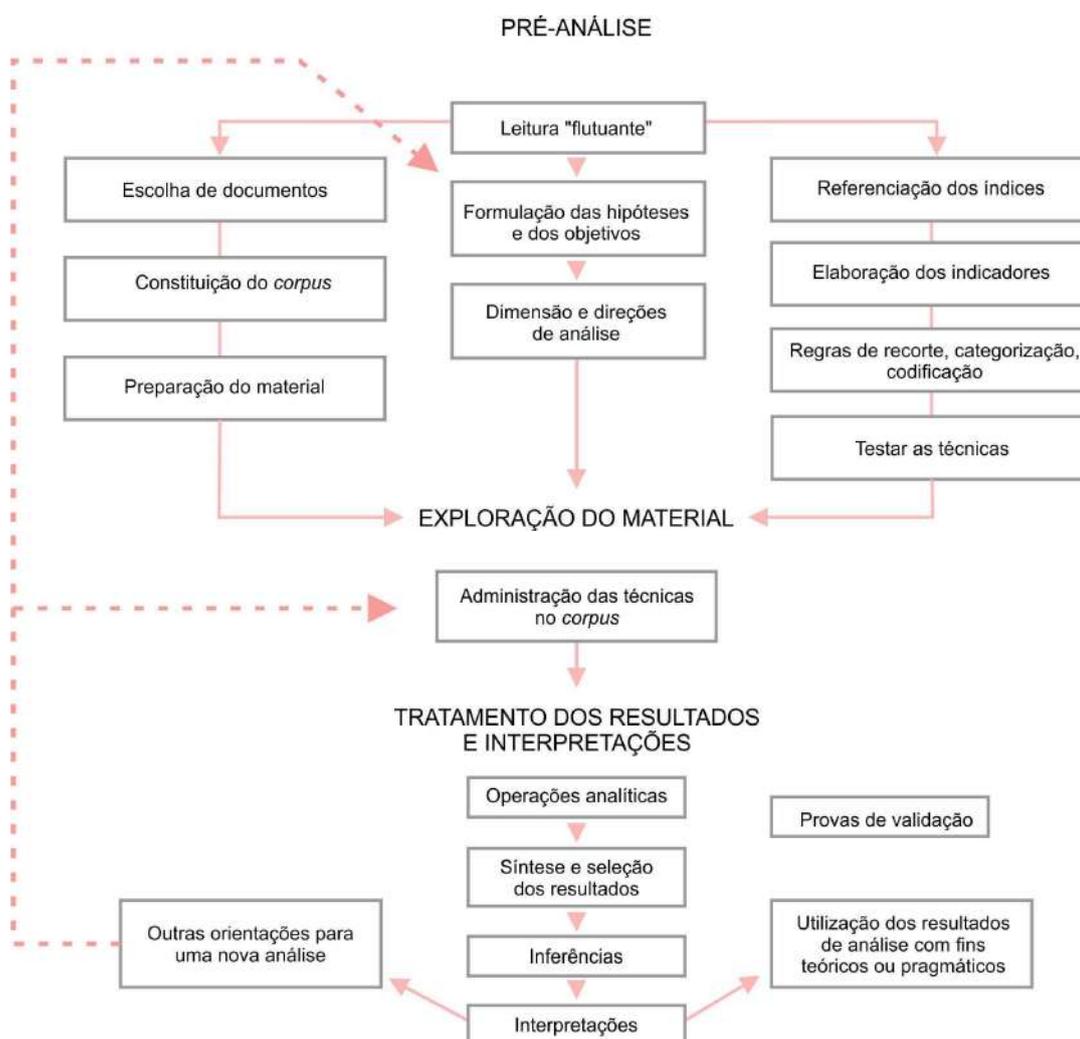
Se os procedimentos de pré-análise forem concluídos, a fase de análise propriamente dita é a aplicação sistemática das decisões definidas. Esta etapa consiste essencialmente de operações de codificação baseadas nos critérios estipulados previamente. Este processo engloba a marcação das unidades de

análise, que permitam seu agrupamento posterior (em categorias ou sub-categorias). A categorização vai ser descrita em mais detalhes no tópico a seguir.

C. Tratamento dos resultados e interpretação

Os resultados brutos são tratados para que tornem-se significativos e válidos. Operações de organização permitem estabelecer quadros, diagramas, figuras e modelos, os quais condensam e destacam as informações fornecidas para a análise. De posse dos resultados, o analista pode propor inferências de acordo com os objetivos previstos, e em alguns casos, que digam respeito a descobertas inesperadas.

Quadro 9 -Desenvolvimento da análise



4.4 Codificação e categorização

Como dito, a codificação é o processo pelo qual os dados brutos são, de maneira sistemática, transformados e agrupados em unidades, as quais subsidiam a descrição das características do conteúdo pertinentes à pesquisa. A organização da codificação em pesquisa qualitativa envolve duas escolhas, as suas unidades (recorte) e as categorias (para classificação e agregação).

A *unidade de registro* é aquela de significação codificada, corresponde ao segmento de conteúdo considerado unidade de base para a categorização. Sua composição pode ser de natureza e dimensões distintas, e sua divisão pode ser executada de acordo com a proposta da pesquisa, como temáticas de nível semântico.

Neste estudo, decidiu-se pela utilização de temas como unidade de registro (Quem?, Como? e Por quê?), uma vez que sua adoção permitiu gerar guias para a análise da entrevista e ser auxiliado pelo conteúdo das outras tipologias de evidências, tais como os registros fotográficos, documentos e análise dos produtos.

Executar uma análise temática consiste em produzir "núcleos de sentido" que formam a comunicação, e sua presença (e uma possível frequência) pode significar algo para o objeto analítico determinado. O tema é uma regra de recorte que deve ser construída pelo pesquisador, e geralmente são utilizados para estudar motivações de opiniões, valores, crenças, tendências, etc.

A categorização é um processo de tipo estruturalista, e é composta de duas etapas: o inventário, parte que consiste em isolar os elementos, e a classificação, onde estes elementos são "repartidos" (BARDIN, 2011). Em resumo, os elementos serão caracterizados, separados, e depois, por analogia, são agrupados em categorias. O ato de categorizar elementos, segundo a autora, está presente nos hábitos cotidianos, quando a realidade oferece uma gama de escolhas e estas são organizadas para que seja possível uma ordem no montante de seleções possíveis.

Em uma breve analogia, põe-se aqui o ato de escolher uma música para tocar em um jukebox. Tem-se disposto um número limitado de músicas de vários gêneros, intérpretes, de épocas diferentes, instrumentos diferentes, etc. São oferecidas várias dimensões de agrupamento destes elementos dentro das escolhas possíveis, e

definir critérios como uma ou mais categorias vão ajudar a precisar a escolha sobre o que se gostaria de ouvir.

A categorização pode ser feita por dois procedimentos distintos, por caixas e por acervo. No procedimento por caixas, o sistema é estabelecido por categorias e os elementos são dispostos nelas à medida que são identificados. Este tipo de processo é aplicável quando a organização do material resulta diretamente dos “funcionamentos teóricos hipotéticos” (BARDIN, 2011, p. 149). Já no procedimento por acervo, o sistema de categorias não é estabelecido previamente, este é resultado da “classificação analógica e progressiva dos elementos”. Neste tipo de processo, o título conceitual de cada categoria só é definido ao final da operação (Id. Ibid., p. 149).

A presente pesquisa utiliza, para a análise da entrevista, o processo de agrupamento por caixa. De posse dos dados coletados, e após exame das hipóteses e objetivos específicos deste estudo, foram definidas as categorias temáticas que guiarão a análise de conteúdo. São elas: o **caráter motivacional**, a **relação entre o manual e o digital**, a **expressão criativa** e o **processo produtivo**.

Já para a análise dos produtos, foram levantados todos os produtos que o estúdio Galho produziu e pôs em seu portfólio do ano de 2022, e analisadas as peças de mobiliário de uso interno, agrupadas de acordo com os dois sistemas de produção do estúdio: autoprodução e licenciamento.

Para tal, foi utilizada a ferramenta de análise que a pesquisadora criou em sua dissertação²⁴, por meio da qual explorou-se a referência artesanal no design de mobiliário contemporâneo. A dissertação buscou verificar a referência artesanal no design autoral de mobiliário contemporâneo, seja na materialização do produto (configuração formal) ou em seu processo produtivo, descrevendo esses processos e fazendo análise de suas funções práticas, estéticas e simbólicas. Como uma das características que o levantamento teórico da pesquisa sugere o *know-how* artesanal, e tanto em entrevista como na descrição do portfólio há a menção da dimensão semântica intencional nos produtos, acreditou-se que a ferramenta promoveria uma análise adequada.

²⁴FERNANDES, Y. Estudo panorâmico das referências artesanais no design de mobiliário contemporâneo no Brasil. Dissertação (Mestrado em design) – Centro de Artes e Comunicação – Departamento de Design, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, p. 257. 2016.

4.5 Análise da entrevista

Após realizadas as pré-análises e determinados os recortes sobre o material analisado, inicia-se aqui, as análises conforme as categorizações definidas neste estudo, suficientes para dar conta dos objetivos selecionados. A primeira das categorias diz respeito às motivações responsáveis pela escolha do design de mobiliário como campo de atuação, bem como a decisão de empreender pela autoprodução.

A segunda delas, trata da relação entre o manual e o digital presentes na atuação do objeto de estudo, uma vez que designers autoprodutores contemporâneos, mesmo imersos em relações cada vez mais digitais, enxergam o fazer manual como mais uma ferramenta disponível para materializar seus produtos, bem como uma fonte de inspiração criativa.

A expressão criativa envolve a vontade e a intensidade do designer em empregar suas capacidades na conformação de artefatos autorais, o que caracteriza aspiração em utilizar de elementos que reflitam seu repertório e visão de mundo, que causem relação de identificação com o usuário/observador, que é parte fundamental do exercício do profissional nesta esfera produtiva.

Já o processo produtivo observa a maneira com que os produtos do objeto de estudo foram materializados, e uma vez que o contexto os obriga a mudar o modelo de produção, como procedem e adaptam seu modo de atuação.

4.5.1 Ferramenta de análise dos produtos

Bonsiepe (2011, p. 62-77) ao tratar do estudo das relações entre o artesanato e o design, bem como a materialização da identidade no design, coloca os seguintes recursos referenciais utilizados pelo designer:

- Utilização de características formais ou cromáticas
- Estrutura da taxonomia dos produtos
- Uso de materiais locais e métodos de fabricação correspondente
- Uso de um método projetual típico (empatia pela tradição)

Dessa forma, foram definidos os critérios para a análise dos artefatos. São elencados elementos da configuração formal: forma, cor, material e a natureza de seu processo de fabricação, seja manual, industrial ou manufatura.

4.5.2 Processo produtivo

Como visto, Bomfim (1998) destaca que a natureza da produção dos produtos é utilizada como critério na organização da história do design. Tais processos – artesanais, manufatureiros e industriais – junto com os níveis de tecnologia empregados e a matéria-prima, são fatores decisivos para o projeto. Acrescenta que a realidade brasileira comporta os três tipos de produção, e que os mesmos são economicamente expressivos. Assim, são expostas as possibilidades de produção das quais o designer de mobiliário pode adotar:

Quadro 10 - Processos produtivos

PRODUÇÃO	CONDIÇÕES
ARTESANAL	Fabricação manual, o uso de ferramentas é condicionado à habilidade do artesão, nunca à substituição de seu trabalho.
MANUFATUREIRA	Fabricação artesanal, mas com a clara definição entre o responsável pela criação e as responsáveis pela produção. Adota uma quantidade considerável de trabalhadores que cumprem jornada de trabalho e possuem vínculo empregatício.
INDUSTRIAL	Fabricação industrial, onde o maquinário substitui a força física do homem.

Fonte: BOMFIM (1998).

Tais divisões servem para caracterizar o tipo de fabricação que os designers utilizam na produção de seus objetos, visando facilitar o posterior processo de categorização resultante das análises. Ainda quanto ao processo produtivo, se a produção for artesanal, se faz oportuno saber se há envolvimento na concepção das peças ou se o designer apenas faz uso de mão de obra qualificada. Para o quesito processo produtivo, visualizam-se os seguintes elementos:

Quadro 11 - Elementos referentes ao processo produtivo



Fonte: FERNANDES (2016).

4.5.3 Configuração formal

O estudo da comunicação visual se mostra abrangente, e para uma compreensão assertiva sobre os aspectos essenciais à observação de um produto de design – o mobiliário – visto que se apresenta em sua forma tridimensional, serão abordados os elementos configuracionais elencados por Bernd Löbach (2001, p. 158-166) ao tratar das bases para a configuração dos produtos industriais, são eles: a forma, a cor, o material, e a superfície. Levando em consideração que o quesito superfície atualmente é explorado de maneira mais extensa que a proposto por Löbach, este foi aglutinado ao quesito forma, explicado com mais detalhes no item a seguir.

4.5.4 Forma

O quesito forma aqui tem como propósito caracterizar a peça de mobiliário em sua totalidade, dividida entre forma figurativa e forma não figurativa, esta última sendo subdividida entre formas orgânicas e formas geométricas. Tais aspectos foram considerados porque englobam algumas possibilidades previamente levantadas quanto à representação das características artesanais materializadas na forma. Assim, é possível identificar se o produto carrega em sua forma a representação de

um produto artesanal – taxonomia – bem como composições visuais inerentes às técnicas artesanais como padrões, pontos e tramas.

Ao quesito forma foi acrescentada a questão da superfície. Löbach descreve a superfície como efeito visual quase que exclusivamente ligado à natureza do material utilizado, ou algum tratamento que lhe empregue texturas como um polimento, que deixará a peça com aspecto liso e brilhante.

Como foi previamente exposto, superfície vai além do tratamento superficial descrito por Löbach. De acordo com Rüttschilling (2008, p. 24)²⁵, são “objetos ou parte dos objetos em que o comprimento e a largura são medidas significativamente superiores à espessura, apresentando resistência física suficiente para lhes conferir existência”. Colocando em termos práticos, em um banco de madeira maciça simples, lixado com esmero, encontra-se o tratamento superficial liso, mas que também apresenta nos veios naturais da madeira um recurso visual em potencial, que pode ser evidenciado ou não. Já para um banco que é composto inteiramente por tramas, a estrutura formada pelo tramado é mérito da superfície.

Dessa forma, o quesito superfície vai ser abordado como elemento da forma geral do produto. Assim, para o quesito forma, visualizam-se os seguintes elementos:

Quadro 12 - Elementos referentes à forma



Fonte: FERNANDES (2016).

²⁵RÜTTSCHILLING, E. A. **Design de superfície**: processos alternativos de criação e produção. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

4.5.6 Cor

A cor é um recurso poderoso na configuração de um artefato. Possui diversas funções, como sinalizar formas através de contrastes, promover bem-estar quando utilizada segundo seus princípios psicológicos, dentre tantos outros. Mas para a análise em questão, a cor entra como elemento de caracterização do produto, apenas com a descrição do processo do qual o designer se utilizou para obtê-la. Ou seja, se ele faz uso de material natural para compor seu produto, poderá utilizá-lo em sua cor natural ou acrescentar uma nova cor por meios artificiais. Assim sendo, dividiu-se o emprego da cor em: uso da cor natural do material, uso de tingimento ou pigmentos na matéria prima e tratamentos ou pinturas. Quanto ao quesito cor, temos os elementos:

Quadro 13 - Elementos referentes à obtenção de cor



Fonte: FERNANDES (2016).

4.6 Material

Como visto, o material pode ter um papel crucial no projeto de um artefato, determinando processos produtivos, texturas, cores etc. Diante do volume considerável de materiais existentes, eles serão sintetizados quanto à sua procedência. Portanto, o material é posto como: natural, reciclado e processado/industrial.

Quadro 14 - Elementos referentes ao material

Fonte: FERNANDES (2016)

4.7 Ficha de análise

O modelo de análise desenvolvido consiste em três partes, sendo elas:

1. **Descritiva:** consiste na descrição do artefato, expondo elementos que, segundo Löbach (2001), compõem sua configuração (forma, material e cor), como também seu processo produtivo. São dispostos seu título, ano, dimensões e eventual premiação ou participação em exposições.
2. **Análise das funções:** consiste na análise das funções dos artefatos segundo Löbach (2001), compreendendo as funções práticas, estéticas e simbólicas do produto.
3. **Associação com o artesanal:** Adaptando as características elencadas por Bonsiepe (2011), são dispostas as possibilidades de referência artesanal materializadas na configuração formal do artefato e em seu processo produtivo.

Quadro 15 - Ficha de análise: parte 1

TIPOLOGIA DO PRODUTO

Título:

Ano:

Dimensões:

Referências à exposições e premiações



imagem do artefato

Configuração (PARTE 1)

Forma: Descrição da forma

Material: Especificação do material

Cor: Forma de obtenção de cor

Processo produtivo (PARTE 1)

Descrição do processo produtivo do artefato.

Fonte: FERNANDES (2016)

Quadro 16 - Análise das funções (PARTE 2)

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

Análise da função prática do objeto.

Função estética

Análise da função estética do objeto.

Função simbólica

Análise da função simbólica do objeto.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal

- representação ou utilização de características formais das técnicas
- estrutura da taxonomia dos produtos artesanais
- uso de produtos artesanais como elemento de sua composição

Processo produtivo

- uso de mão de obra artesanal
- técnica de produção artesanal
- uso de material típico de uma tipologia

Fonte: FERNANDES (2016)

4 O ESTÚDIO GALHO

O Estúdio Galho é fruto da colaboração entre o designers de produto Klivisson Campelo e Edson Martone (Figura 92). Um paraibano e outro pernambucano, conheceram-se no Curso de Design de Produto, da Universidade Federal de Campina Grande, mas é na capital paraibana, João Pessoa, que os designers estabeleceram o estúdio e pretendem continuar trabalhando.

Figura 92 - Edson Martone e Klivisson Campelo - Estúdio Galho



Fonte: Divulgação Estúdio Galho.

Demonstrando afinidade pelo desenho desde a graduação, foi assim que desenvolveram a amizade e posterior parceria nos negócios. Iniciam sua jornada profissional com a empresa de serviços Pulsar (Figura 93), com a qual desenvolvem projetos de carenagem e matrizes para a indústria. Paralelamente, criam o estúdio Galho, que passou de válvula de escape criativa para meio de materialização de suas ambições autorais.

Figura 93 - Desenvolvimento de projeto na empresa Pulsar



Fonte : <http://www.instagram.com/pulsardesignstudio>

Figura 94 - -- Ação de promoção no espaço físico do estúdio Galho e Pulsar



Fonte : Cedidas pelo estúdio Galho

No estúdio Galho, o carro-chefe é a produção de mobiliário. Iniciam sua jornada autoral e empreendedora no ramo com peças para uso interno, objetos de decoração e iluminação. Eles montaram estrutura capaz de produzir peças de madeira e metal em um espaço físico que também abriga seu escritório. Ao autoproduzir, contavam

também com processos terceirizados de técnicas como a modelagem de barro e costura de couro.

Figura 95 - Peças de madeira de produção própria



Fonte : Acervo estúdio Galho

Figura 96 - Alças cortadas à laser no estúdio



Fonte : Acervo estúdio Galho

Após o período pandêmico, passam a projetar objetos de mobiliário para empresas com maior capacidade produtiva, e, em sua maioria, peças de uso externo. A dupla continua a desenvolver outras tipologias de produtos, mas dentro de uma linguagem carregada de referências regionais, como mostram as imagens de sua produção

Figura 97 - Produtos autoproduzidos



Fonte : Extraído do portfólio Galho 2022.

Figura 98 - Produtos licenciados



Fonte : Extraído do portfolio Galho 2022.

Em 2019, os designers conseguiram alugar um espaço através do edital de ocupação da Villa Sanhauá (Figuras 99 e 100), projeto de revitalização de casarões do Centro Histórico de João Pessoa, considerado patrimônio histórico pelo Iphan, desde 2009. A Villa Sanhauá consiste em um agrupamento de oito casarões das décadas de 1920 e 1930, no estilo Art Déco, e localiza-se ao lado da Praça Antenor Navarro, ponto turístico da cidade.

Figura 99 - Postagem do estúdio Galho sobre a Villa Sanhauá



Fonte : <http://www.instagram.com/estudiogalho>

Figura 100 - Localização do estúdio na Villa Sanhauá



Fonte : <http://storymaps.arcgis.com>

No edital de seleção²⁶ para a ocupação dos imóveis com fins comerciais consta que as propostas deveriam ter, preferencialmente, que exercer atividades culturais que valorizassem os elementos típicos da região Nordeste, o que contempla o estúdio Galho por suas referências à cultura popular na configuração formal de seus produtos.

De mesmo nome que o rio que banha a região, o intuito do projeto é privilegiar pessoas ligadas à área cultural e artística, que entendessem sua relevância para a cidade, pudessem permitir a ocupação adequada da área, estimulassem atividades culturais e garantissem a preservação do patrimônio histórico.

Figura 101 - Vista aérea do centro histórico



Fonte : <https://storymaps.arcgis.com/>

Para Ferrara (2002), na cidade, a cultura é construída, e o modo de ser dessa construção constitui elemento de comunicação da sua identidade urbana: porém ambas se distinguem pela maneira como se concretizam e pela possibilidade de varias leituras. Essa é a interação que a cidade estabelece com o espaço e com o tempo e, nesse diálogo, escreve-se a história da cidade.

Buscou-se através de um conjunto de ações politicamente e administrativamente organizadas, trazer movimento e estabelecer novas relações da

²⁶ O documento encontra-se na íntegra no Anexo B.

população com a região, que foi o berço da Capital, mas que com o avanço do tempo foi desocupada e deteriorou-se.

Estar inserido no local tem a vantagem de contar com o fluxo de turistas que visitam o setor histórico da cidade e da população local, com as atividades que a administração pública e privada promoviam para movimentar a área (Figura 102).

Também a seu favor está a proximidade com fornecedores de madeira e outros materiais/serviços afins, como ferragens, componentes elétricos, serralharia, entre outros, já que se encontra próximo ao comércio da área central da cidade.

Figura 102 - Feirica, um dos eventos para movimentar o entorno.



Fonte : <https://instagram.com/feirica>

No mesmo quarteirão, há também a presença da Maquinaria, uma oficina compartilhada do estúdio de arquitetura e design Oficina Espacial. O espaço, que abriga a estrutura de uma marcenaria disponível para aluguel sob demanda, oferece cursos práticos de marcenaria, serralharia e tornearia.

Os designers estavam em um promissor início de empreendimento, com participação em feiras e eventos, aprendendo na prática a gerir o negócio, e estabelecendo seu *networking* no setor.

Figura 103 - Designers da Galho na High Design Expo 2019



Fonte: <https://www.archdaily.com.br/>.

Com o estabelecimento da pandemia e o consequente isolamento social, passam a trabalhar no sistema de *home office* e desativam temporariamente o espaço físico do estúdio. Como o Galho, alguns empreendimentos da Villa ainda não voltaram ao funcionamento normal na região. As políticas públicas de movimentação cultural na área rarearam, pois como é sabido, a alocação de verbas para o setor cultural sofreu graves cortes sob a gestão da presidência vigente.

Figura 104 - Estabelecimentos da Villa Sanhauá de portas fechadas.



Fonte : A autora (2022)

Participando de circuitos de premiações, foram contemplados com o primeiro lugar na categoria mobiliário do Prêmio Casa e Jardim com sua peça multifuncional Burrego.

Figura 105 - Vencedores do Prêmio Casa e Jardim 2021



Fonte : <https://revistacasaejardim.globo.com/>

Por conta da premiação, os designers puderam participar de uma viagem para a Itália em 2022. No mesmo ano, seus produtos foram expostos no Salão do Móvel de Milão, em exposição da produção de profissionais que tiveram formação pelo Curso de Design de Produto da UFCG (Figura 106).

Figura 106 - Visita à fábrica na Itália por vencer o Prêmio Casa e Jardim 2021



Fonte: <https://revistacasaejardim.globo.com/>

Figura 107 - Divulgação do estúdio Galho para participação do Salone del Mobile

#estudiogalho

Salone del Mobile Milano

7 - 12.06.2022

UFCG | UAD
PAVILHÃO 3 - STAND 521
Fiera Milano, Italo

galho + **hepbil**

CABANNA
Fenrir
NOGUEIRA

Estúdio Galho

The image is a promotional graphic for the Salone del Mobile Milano 2022. It features a red square logo with the word 'isloni' in white. The main text 'Salone del Mobile Milano' is in a large, bold, black serif font. Below it, the dates '7 - 12.06.2022' are in a smaller black font. A red rectangular box contains the text 'UFCG | UAD', 'PAVILHÃO 3 - STAND 521', and 'Fiera Milano, Italo'. The Galho studio logo is prominently displayed, followed by a plus sign and the 'hepbil' logo. Below these are the names of partners: 'CABANNA', 'Fenrir' (in a script font), and 'NOGUEIRA'. At the bottom, there is a signature-style logo for 'Estúdio Galho'. On the right side, there is a detailed black and white illustration of a character with spiky hair, wearing a red visor, and holding a cigarette. The background is white with a faint watermark of a stylized sun or starburst.

Fonte: <https://instagram.com/studiogalho>

6 ANÁLISES

6.1 Análise das entrevistas

6.1.2 Caráter motivacional

H2: A parte de mobiliário vem desde a universidade por causa dos concursos que a gente tinha disponíveis...

H2: Mas, realmente, o mobiliário... quando eu disse que tinha concurso Tok&Stok que era mobiliário, salão de design mobiliário e iluminação...

Nestes dois recortes, o entrevistado destaca a relevância de concursos como espécies de provocações para adentrar na tipologia de mobiliário, o que sinaliza para certa preferência pré-existente. A disputa que marca os concursos e a consagração trazida por premiações é uma espécie de garantia de triunfos futuros.

H2: Então, **os concursos eram mais voltados para o mobiliário e iluminação.** [...] a gente tinha muita afinidade com **esse cenário no nosso interior da Paraíba.** [...] **essa questão nostálgica, que a gente tinha com algumas lembranças e tal, e todo concurso que tinha a gente queria representar...** mas tinha aquela parede, tanto que quando a gente chegava nas cerimônias de premiação tinha "tiração de onda" em relação ao produto que você estava apresentando...

H1: Do público e outros designers... os alunos de Design.

Os dois trechos ressaltam a relação intrínseca do produtor com suas raízes culturais, manifestando apreço por seus vínculos regionais. O entrevistado circunda essa relação utilizando a expressão "questão nostálgica". O relato também expõe a situação de preconceito vivenciada por ele em cerimônias de premiação, indicando certa prevenção do meio a produtos de origem pouco comum, como os provenientes do Nordeste.

H1: Mas isso foi o que fez a gente tentar bater de frente, não? A gente quer representar, e a gente vai representar, aqui, o Nordeste. Por isso que a Galho ela tem esse DNA, justamente o que a gente tentou plantar naquela sementinha naquela época e ela vem crescendo e amadurecendo até hoje. **Então, a gente gosta de pintar isso porque não são só as nossas lembranças que a gente pinta, mas, sim, as lembranças dos outros também.** Porque a minha lembrança é de uma forma, a sua é de outra, mas aquele produto consegue se conectar. Então, a gente transforma isso em produto, a gente vai transformar essa essência, essa semântica em produto. Mas o responsável **foi justamente esses concursos**, e a gente sempre tinha... **chegava lá e o povo vaiava**, não sei o quê... ganhou menção honrosa e o povo com aquela cara do tamanho do mundo...

Nesta extração, o entrevistado relata que os episódios discriminatórios já citados estimularam a adoção da representatividade regional como bandeira, tornando-a característica essencial de seus projetos. Ressalta que o sentimento de pertencimento tem grande peso em suas iniciativas, que também se revestem de certo caráter de resistência cultural. A insatisfação com as reações de preconceito é bastante clara.

H1: [...] Como eu falei, no período da graduação eu estaguei em várias áreas: calçado, gráfica. Já no final, eu estava no estúdio de design gráfico. Aí eu terminei, saí desse escritório e fui para a área de móveis planejados. [...] aí a gente decidiu começar a empresa, e já era uma ideia antiga de Klivisson...

H1: Eu tinha aberto um CNPJ com o Demilton, logo quando eu saí, mas a gente não conseguia nada...

H2: E aí a ideia inicial era trabalhar com design de produto mesmo.

H1: Independente da tipologia... é o que a gente ama...

O entrevistado 1 salienta haver trabalhado em algumas cobertas pelo design quando estudante de graduação, e logo em seguida surge a iniciativa de empreender

através do design autoral. Afirma que independente da tipologia, a questão básica era se concentrar no design de produto.

H2: E aí, como eu estava te falando, **surgiu essa demanda** por volta de 2016. **Uma empresa em João Pessoa**, que entrou em contato com um professor, que contactou Klivisson, que me convidou para participar de um projeto juntos. E aí, **de fato, a gente começou a fazer um trabalho com a complexidade maior...** ter contato com o pessoal do Sul de matrizaria, impressão 3D. Foi uma coisa que a gente aprendeu muito.

H1: **Uma semana antes desse contato a gente tinha fechado o CNPJ.**

Os entrevistados relatam que tinham encerrado o CNPJ da primeira tentativa de empreendimento autoral, quando surgiu a oportunidade de projeto através de um professor, que foi procurado por uma empresa pessoense. Era um projeto de matrizaria e impressão 3D, e a partir daí puderam aprender as técnicas e a contatar outras pessoas do ramo.

H2: **Aí o projeto foi andando, foi se desenvolvendo.** Foi chegando já para o final, e Klivisson veio para cá (para João Pessoa).

H1: É... para finalizar o projeto.

H2: [...] eu ainda trabalhava lá, e aí, quando o negócio foi andando, **eu pedi as contas. Eu vou me embora, vou trabalhar mais não, não gostava, não era a minha estar naquele mundo do móvel planejado...** que é aquela parada que...

O recorte acima expõe a falta de identificação de um dos entrevistados com a indústria de móveis planejados. E o novo negócio permitiu que se dedicassem aos projetos de design de serviços.

H1: **É... a gente continuava participando dos concursos...** Só que dessa vez como profissional. Aí, era finalista, alí e tal, e a gente ia vendo. Aí disse: - rapaz, esses produtos têm potencial. A gente ia engavetando, só que a gente sabia que aquilo ali poderia virar produto. **Só que a gente tinha que ter o caixa, não é?**

Então, a gente focou na Pulsar (empresa de serviços que o estúdio Galho mantém paralelamente).

H2: Era... **era a válvula de escape** (os móveis)

Este trecho salienta o interesse em continuar participando de concursos com peças de mobiliário autoral, e embora finalistas em alguns deles, seus projetos não entravam em fase de produção por não possuírem condições viáveis de manter uma produção própria. Percebiam a potencialidade de seus projetos, no entanto, decidiram focar em seu empreendimento de design de serviços, já que era o que garantia a subsistência.

H2: É porque é o seguinte quando a gente começou a ter um volume maior de serviço gráfico, projeto de carenagem, injetado, não sei o quê, e **a gente continuava desenhando mobiliário aí começou a bagunçar... misturar... não sei o quê, não... vamos criar uma marca só para isso, só para design autoral, mobiliário, iluminação e objeto de decoração, só para isso** e aí a gente criou essa ramificação, que é justamente a Galho e tem esse conceito, o conceito da marca a gente... acho que em dois mil e dezoito no início do ano a gente sentou, fez a marca...

O entrevistado relata que mesmo com o aumento da demanda de trabalho da empresa principal, não paravam de conceber produtos de mobiliário. Desta forma, resolvem por criar de vez uma marca para seus projetos de design de produto.

H1: **A gente acha que no futuro quer trabalhar com isso...** o único tempo que a gente conseguiu estar cem por cento na Galho foi no High Design, já preparando a produção para a feira.

H2: **Mesmo devendo mundos e fundos a gente estava feliz por estar fazendo aquilo ali...**

H1: **A gente estava desenhando, prototipando e produzindo.** Então, aquilo ali a gente fala até hoje. Foi o momento que a gente focou na (produção de

mobiliário)... deixou a Pulsar de lado e focou só naquilo... **e foi onde a gente viu que realmente é aquilo que a gente quer e o que a gente quer hoje**. A gente ainda não conseguiu deixar a Pulsar, mas queremos um dia estar cem por cento só com a Galho...

Os trechos acima retratam o desejo dos entrevistados de voltar para o sistema de autoprodução, envolvidos não só com o desenvolvimento dos conceitos, mas com o processo de prototipagem e produção. Mesmo com as finanças comprometidas, fica evidente, pelo relato, o sentimento de realização pessoal e profissional ao se dedicarem aos projetos autorais.

6.1.3 Relação entre o manual e o digital

H2: Estranhamente, gostam de manual, não é?. Então foi bem nesse... acho que é interessante Klivisson **citar a coisa do desenho**, porque **apesar de não ser uma obrigatoriedade para o design, acho que foi uma das coisas que aproximou a gente de certa forma, esse apego ao desenho. O desenho em si, a capacidade de representação** e tudo mais foi até, de certa maneira, como a gente se conheceu dentro do curso.

H2: [...] eu não conhecia com profundidade a definição do que era design, do que se tratava o curso, mas como a gente viu que por essa questão de perfil tinha **afinidade com desenho, com a coisa da criatividade, com a coisa da curiosidade** que eu acho que isso é o fator preponderante de quem vai fazer desenho industrial... O princípio é muito curioso, sei lá, **mexe nas coisas de casa, desmonta...** (referindo-se ao período da infância).

O trecho acima descreve que a aproximação dos designers dentro do curso se dá mediante as afinidades que os dois apresentavam para o desenho, as representações bidimensionais das atividades do curso, nas quais se destacavam. Foi por causa do interesse em comum que construíram a amizade que levou ao empreendedorismo em conjunto.

H2: Não, por **questões estruturais**. É um problema que... aí é uma coisa do país mesmo... tipo não há dentro **do ensino básico**... eu sou aluno de escola pública do início ao fim, e assim... **não há um cuidado, uma minúcia para descobrir a aptidão dos alunos, de ter um direcionamento**... eu escolhi o curso, assim, por vontade própria, não teve direcionamento de nenhum professor. Na verdade, eles nem estavam aí se a gente ia fazer vestibular ou não... incentivavam, mas incentivavam daquela forma...

H1: **Naquele tempo, assim, a gente não tinha a ferramenta que a gente tem hoje, que é a internet**... então a gente não conseguia chegar... tipo... carro mesmo, design do carro, para mim, quem fazia era o engenheiro. Só que depois eu vi que não era o engenheiro, era o designer, e o engenheiro era a parte justamente mecânica da coisa...

H1: **Hoje você tem aula de robótica** até na escola pública...estimula a criatividade...**mas antes a gente não tinha** essa... era Ciências, Matemática, etc.

Os trechos assinalam que a relação com a criatividade e o desenvolvimento das habilidades de representação foram conquistadas por interesse individual, uma vez que os designers afirmam que no ensino fundamental e médio, feito em escola pública, não promoviam/estimulavam essas habilidades no seu currículo. Eles observam que hoje a situação mudou, até na escola pública há maior atenção para aulas de educação artística, até a inserção da disciplina de robótica.

A disponibilidade de informações na internet também modifica o cenário. Então, a relação e até a preparação para a leva posterior de designers é outra, tanto para o desenvolvimento de habilidades manuais e criativas como a manipulação de tecnologias.

H1: Eu só tive acesso (a computador), acho que foi no terceiro período só...

H2: Eu também. Eu comprei um computador já no quarto... no terceiro ou quarto com o dinheiro das bolsas de monitoria.

H1: Eu comprei (o computador) de Demilton, na época. As primeiras cadeiras são mais as pastas do tamanho do mundo, não é? A3... (referindo-se às disciplinas iniciais do curso, que estimulam a representação bi e tridimensional através de técnicas manuais).

Os entrevistados relatam que o acesso a computador de uso pessoal só foi possível depois de ter ingressado no curso superior, com certa dificuldade, uma vez que passadas as disciplinas manuais, é necessário o uso de *softwares* específicos para o desenvolvimento de projetos/trabalhos das outras disciplinas.

H1 : Não, isso abriu a mente para tudo, não é? Em termos de pesquisa para você ver as áreas... **Eu gostava muito de automotivo, eu fui justamente pesquisar, fui muito ali paralelo a isso... mesmo os professores dizendo que não ia dar em nada**, você tinha isso... Quando você dizia o que ia fazer da vida dentro da área do design, mas isso fez a gente descobrir as várias áreas que tinham dentro do design, a apresentação foi feita pela **internet. Ela abriu.... começou a abrir aquele leque completamente livre...**

O entrevistado relata que o acesso à internet, depois da entrada no curso, abriu a mente para o que é a profissão e as habilidades que queria desenvolver, apesar de não enxergar tanto incentivo da parte de alguns professores, cujas mentalidades pareciam muito ligadas ao funcionalismo. E, por isso, talvez descrentes de viabilidade em certos ramos de atuação do design.

H2: E as ferramentas [...] que a gente tem domínio hoje, a gente estava muito longe de ter domínio dentro da universidade: **impressão 3D, modelagem 3D de média para avançada, ferramentas de conhecimento de matrizaria... esse tipo de coisa a gente só aprendeu depois que saiu...**

Sobre a utilização de ferramentas e técnicas de produção mais avançadas, os designers afirmam que perceberam que o conhecimento adquirido durante a graduação ainda era muito superficial para o que é exigido no mercado. Foi através da experiência que tiveram depois de formados que perceberam que aprenderam , de fato, na prática.

H1: Uma coisa assim, que eu acho que participei desde o segundo período, foi concurso de design... Então... **o concurso de design foi o que fez a gente ver o outro lado, e outros estados, e como eles avaliavam o design**, principalmente a parte profissional, que era o que a gente via **dentro do curso. Então, você não tinha o *feedback* profissional, você tinha o *feedback* de professores e que não tinham aquela experiência dentro do mercado** [...]quando a gente chegava no concurso levava bomba, **só que o *feedback*** que eles davam, mesmo você participando, **era muito bom**, porque fazia esse amadurecimento. Então, no concurso, você é livre em termos de criatividade, você pode expandir...

Os designers afirmam que a participação em concursos foi de suma importância, como já ressaltado, para guiar o desenvolvimento de habilidades exigidas pelo mercado, e o que poderia ser melhorado nos projetos conceituais que submetiam na condição de alunos. Ainda na graduação, Campelo pôde perceber o valor do *feedback* profissional de quem estava inserido no mercado, na produção de fato, e quais critérios servem de avaliação no mundo real e competitivo, e não no mundo acadêmico.

H2: Lá (no ambiente físico do estúdio) a gente passava o dia... a gente fazia tanto a parte de serviço que a gente não largou até hoje. Porque era a Pulsar que ia pagando a Galho. Hoje está se invertendo...

H1: A gente não podia parar a Pulsar, não. E a Galho tinha aquele rendimento em relação à venda dos produtos, só que ainda não conseguia se manter...

Nos depoimentos acima, percebe-se como os designers transitam entre duas tipologias distintas, primeiramente com a manutenção da empresa Pulsar, com a qual desenvolvem projetos de serviço utilizando meios totalmente digitais de concepção e tecnologias produtivas compatíveis, como a CNC. E com a Galho, que iniciou utilizando processos produtivos manuais em alguns de seus artefatos autoproduzidos, e que mesmo com o deslocamento da produção para o sistema de licenciamento por

empresas maiores, ainda insere em seus projetos referências do fazer manual, seja na inspiração de objetos da cultura popular fruto dessas técnicas aplicadas na configuração formal de alguns de seus móveis, seja na execução das peças, que comportam certo nível de feitura à mão.

H2:: (as vendas) Se davam muito pela **divulgação das redes sociais, o Instagram...**

H1: **Mas sempre foi direto, sempre foi venda direta.** A gente não... Porque sempre foi venda direta? porque a gente não queria... a gente chegou a fazer um *site* e botar os produtos para poder...(vender) ou pegar aquele *site* hospedeiro.

Nos destaques acima há referência ao *Instagram* como meio principal de divulgação dos produtos, que direcionavam para o estabelecimento da venda direta para o cliente.

H2: A gente participou de feira, por exemplo a feira Rosenbaum... **colocou os produtos lá. Aí, só chegavam os pedidos, dez dias, quinze dias.** Aí loucura. Não dá... não dá...

H1: **Aí, fazia. Era mais um vasinho. E aí o barro não dava certo, ainda tem isso...** não queimou direito...aí quando botava água o bicho se desmanchava...

O relato em questão ilustra que os processos manuais de alguns produtos, a exemplo das peças de barro, exigiam certo tempo de execução. A alta demanda, enquanto o estúdio ainda ganhava experiência, não ajudava a atingir o nível confortável ou sustentável de capacidade produtiva.

H1: Para mostrar...O que tu achas dessa referência aqui? Vamos trabalhar em cima dela? Às vezes, **Edson faz o desenho, mostra e aí aquele desenho ali já parte para um negócio bem maior, tanto daqui quanto de lá...**

H1: A gente só passa para o 3D mesmo quando está mais ou menos definido. A gente vê já até a questão de acabamento, de visual, como ficaria, mas **tudo é papel...**

H2: Mas **as ferramentas estão mais acessíveis, estão mais simples hoje que a gente consegue ter uma qualidade de modelagem de apresentação...** Não existe... a dificuldade que a gente tinha lá atrás, na graduação e tal... hoje...

H1: Tem mobiliário que a gente faz um “**mockapzinho**”, ou protótipo por...

P1: **Em escala reduzida.**

Os trechos destacados abordam a mistura no uso de meios manuais e digitais no processo de desenvolvimento atual do estúdio Galho. Em *home office*, os designers fazem *sketches* bidimensionais manualmente e trocam informações via chamada de vídeo e outras ferramentas de mensagem *online*, assim como trocam arquivos de modelagem tridimensional por meio de *softwares* digitais. Em alguns casos, produzem *mockups* em escala reduzida de projetos que desenvolvem para as empresas parceiras.

H1: 2023, se Deus quiser... **mas essa dificuldade, tipo... gerenciar rede social, ver as questões de conta mesmo da empresa.**

H2: Essa prospecção aí é uma complicação, sabe? porque tem que estar em eventos, em feiras, tem que visitar cliente em São Paulo, **tem que mostrar a cara e isso, de certa forma, desgasta.**

H2: No sentido que... **a gente é muito do fazer e pouco do falar em si...** a indústria procura a gente e a gente vai desenhar e tudo mais... Mas para estar em evento direto, viajando, para São Paulo não sei o quê...

H1: (a promoção digital é) **Totalmente essencial, a gente vai se acostumando com isso...**

H2: Sim... isso acontece, acho que até é inevitável isso, sabe? **Mas aí faz parte do jogo se manter no meio, nas feiras e tudo mais...**

H1: Se você pegar o **Instagram da gente tem um padrão novo** que a gente fez... **mostra os produtos e mostra a referência** só que a gente não consegue dar continuidade...

No compilado acima, os designers destacam a dificuldade em gerenciar as redes sociais, tanto porque a atividade consome tempo, como por certa resistência em ter de aparecer nas mídias para a autopromoção de seu trabalho. Reconhecem, no entanto, a importância desse recurso para o meio de atuação em que estão inseridos. Demonstram que há uma preocupação com aspectos relacionados à identidade visual do grupo na plataforma de rede social, uma vez que determinaram padrões de postagem e de elementos gráficos.

H1: Você tem que estar atento aquilo ali para poder **ter uma pessoa focada nisso aí seria o ideal para a gente** (no manejo das redes e comunicação com clientes)... a gente conseguiria só...

H1: Mas assim... **essa dificuldade a gente sabe que tem...** a gente sabe o que tem que fazer... tem que rodar o Instagram direitinho, essa questão... **tem muito evento que a gente foi e ...não deixa aquilo ali registrado, concurso que a gente ganha, nem registra...**

H2: A gente vê que o pessoal faz isso até com maestria... **se promover, não que seja algo que a gente admire, mas é necessário... é necessário...** fazer aquela coisa falando do processo de como a gente fez um produto junto com a empresa. Aí, isso envolve locação, filmagem, um registro tem como...

H1: Mas já **tem designer que leva a equipe de filmagem, não sei o quê...**

H2: **Só que a gente assim não tem custo (recurso) para isso ainda...**

Nos trechos em destaque os designers reforçam a dificuldade em manter o gerenciamento das redes e a interação que ocorre por meio delas, e que sentem a necessidade de ter ajuda profissional especializada para cuidar deste seara. Afirnam

que perdem oportunidades de registro em eventos e premiações, que podem atuar como ferramentas que atestem sua relevância.

H1: E tem **muita visita no site, mesmo estando em manutenção**. De vez em quando chega o relatório lá...

H1: **Só que a gente fez o layout do site todinho, está todo prontinho... como as páginas vão funcionar, a abertura do programa... a gente mesmo fez... só que, aí, a gente tem que arrumar alguém para poder inserir...**

Nestes relatos o entrevistado afirma que conceberam a organização da estrutura do *site*, mas assim como com o *Instagram*, não puseram em execução. Demonstram que entendem o potencial da ferramenta, uma vez que através de relatórios fornecidos pela hospedagem da página que, mesmo desativada, ainda recebe visitas.

6.1.4 Expressão criativa

H1: [...] eu sempre gostei muito de... **desenho** e tal. Só que além de gostar de desenho, no meu caso, eu **gostava muito de interpretar, criar gibi, criar os personagens** etc. [...] A pessoa olha para trás e vê **que tem aquela veia desde pequeno**, que você vai somando ali. Até que quando eu entrei no curso, isso despertou mais ainda. E vi que **aquilo realmente era o que eu queria para a vida**, ter o design correndo nas veias. Então, isso para mim foi muito interessante, e até hoje eu e Edson, **tentamos trabalhar com isso, porque é isso que a gente ama fazer**.

H2: A própria **capacidade ou curiosidade de mexer em coisas** que já são tradicionais ... brincadeira de criança, construir um **carrinho de rolimã**. Aí não... vamos fazer diferente aqui, que eu acho que dá para frear melhor assim... ou não sei o quê.

H2: Uma **estrutura de uma pipa**, como é? Ela sobe mais de uma forma, ela vai mais longe de outra forma. A maneira como você amarra os pontos da linha vai determinar se ela sobe ou se ela se afasta... tudo isso.

H1: Mas o que eu **lembro muito** de construção, assim... eu sempre tive muito... **a questão de brinquedo de montar ... a gente pegava aquele brinquedo que é pedagógico, não é?** Só que a gente também levava muito para o **brinquedo vernacular**, então você **pegava um negócio ali, outro ali, criava um carrinho...** alguma coisa. **Está faltando um brinquedo** que você não tem ali. Então, na vez de você comprar, os pais direcionavam você ou você mesmo direcionava em **fazer aquele brinquedo** que está faltando. Então, sempre tinha **essa interatividade em relação ao manuseio em si.**

No compilado acima os designers associam a curiosidade pela composição dos brinquedos na infância, na busca pela melhora do desempenho em brincadeiras como o carrinho de rolimã e a pipa à visão criativa que possuem como profissionais de design de produto.

Ainda no campo da personalização da brincadeira, além do desempenho, da curiosidade pela função do brinquedo, também entrava a recomposição de peças para fins estéticos, motivados pela vontade de possuir um brinquedo que não seria possível ganhar.

H2: Assim...como base, como **escopo do nosso conhecimento** (formação em design de produto) **é um diferencial no meio onde a gente atua, está entendendo?** Porque a gente vê muito claramente a diferença entre designers e arquitetos. Muito claramente, **dá para identificar. Aí nesse ponto... a questão de variedade de metodologias, a forma de pensar produto e tudo mais**, nisso o curso é excelente...

H1: Mas, hoje... principalmente na área que a gente está, no mobiliário, conseguimos ver **o início de uma valorização**. Hoje, tem empresa disputando uma com a outra para ter aquele designer, para poder desenhar, por exemplo, coisa que

antigamente eles descartavam. Isso **quando preferiam plagiar do que ter o diferencial com o design autoral**. Hoje em dia, a gente vê que isso aí está cada vez mais crescendo...

No depoimento acima um entrevistado destaca a importância de sua formação acadêmica, que trata de processos metodológicos específicos para o projeto de produto, e que tal fator é perceptível ao comparar objetos produzidos por profissionais de outras áreas. O outro entrevistado complementa que consegue perceber a valorização do design autoral por parte de empresas do ramo de mobiliário, que anteriormente tinham como prática a cópia de modelos de sucesso.

H1: E outra... na feira (High Design Expo) a gente estava muito receoso porque quando chegamos lá, vimos aquelas empresas gigantescas, Breton, e os móveis impecáveis...e os da gente ali... acanhadinhos. A gente pensando pequenininho. Só que o *feedback* que tivemos lá foi muito importante para a caminhada que a gente tem até hoje. **Que foi o diferencial que a gente estava dando à feira, a questão da brasilidade**, que fazemos questão de **pegar a paleta do cenário nordestino** para poder aplicar em cada produto, para o cenário em si. Pegar nosso cenário e levar para lá, então isso foi muito enriquecedor...

H2: É... europeia (a referência de outros produtos expostos na mesma feira), design bem sóbrio e o da gente não... Era uma coisa mais **descontraída, um mobiliário que por si só já falava alguma coisa para quem estava visitando**. A gente conversou com muitas pessoas, todo mundo que ia visitar o estande a gente contava, falava do processo... o porquê essa cadeira... essa poltrona é assim... porque que ela é amarrada assim ... porque que a cor dela é essa. Não é?

Nos trechos acima, os designers salientam o retorno positivo que tiveram sobre seus produtos quando expostos na primeira feira em que participaram. Contam que, acanhados por estar entre nomes consolidados do ramo, na condição de novatos, surpreenderam-se positivamente com a aceitação e curiosidade acerca de seus produtos. Carregados de referências regionais, destacaram-se em meio a peças de estilo mais genérico.

H1: Então... não é só o desenho em si, **mas tem uma história por trás e a gente vem carregando isso em cada produto que a gente faz...**obviamente, tem que ser funcional, tem que ser ergonomicamente correto, mas isso é a obrigação de ser. **A gente tem que entregar algo a mais, e o algo a mais é justamente isso, é o diferencial do design, essas questões emocionais mesmo, de semântica e tudo mais...**

H2: Aí o processo era esse que o Klivisson citou: a gente parte muito dessa coisa **de estudar as referências relacionadas ao entorno, à lembrança, a aspectos da natureza, tudo que tem a ver com o conceito da marca**, não é, Klivisson? Coisa de adaptabilidade, de expansão e tudo mais... a coisa do **Nordeste** também. A gente é daqui, e a gente acha que **é importante reforçar isso**. Não é?

Os entrevistados reforçam, uma vez mais, elementos importantes para o desenvolvimento do projeto de produto, como aspectos ergonômicos, funcionais, mas também os semânticos, que consideram um diferencial. Que seus produtos devem ser carregados de história e de referências caras de seu repertório, seja de caracteres lúdicos de brincadeiras infantis, seja de elementos que expressem sua identidade enquanto nordestinos.

H1: **Quando eu vou para Patos, o Edson quando vai para Catolé, sempre trazemos alguma lembrança que vimos por lá...** E aí a gente **faz a tradução** e começa a trabalhar em cima. Às vezes, tem uma parte da referência em conjunto, e depois também individual...

H1: É só ver ali... dê uma passada rápida no *Instagram* da Galho e veja as referências dos produtos. É basicamente isso... **brinquedo de infância, estilingue, o animal de carga do interior**, eh... vai do objeto ao costume, não é? Por exemplo, tem a "Praêra", que é **a mistura daquelas cadeiras de balanço...**

Nestes fragmentos em destaque, o entrevistado fala de um de seus processos para a concepção de novos produtos, buscando referências enquanto fazem visitas

às suas famílias no interior do estado. Ao retornar ao ambiente em que cresceram, tentam tirar inspiração na iconografia e em lembranças do tempo em que lá viveram.

H1: **Eu acho que a gente deixa a semântica sair daqui e ela se expandir. Acho que a gente brinca muito com a questão do significado...** a Badok... nasceu aqui, mas em cada região tem o seu nome e reconhece aquele produto através da forma...

6.1.5 Processo produtivo

H1: A gente começou a conversar sobre isso em fevereiro (desenvolver a marca de design de mobiliário), e aí, em março, fez a marca... em março mesmo **a gente fechou já para participar da exposição, isso sem produto nenhum.**

H2: Pois é... aí, em 2018, a gente **criou a marca, desenhou logo, criou o conceito,** viu os produtos, **desengavetou o que tinha... criou...**

H1: **Desengavetou e criou produto para complementar o estande** e, aí, a gente foi para Recife, passou um mês lá, alugou um espaço e passou um mês lá... **Porque a gente começou uma parceria com a Arte Pedras,** que é de lá...

H1: Aí, é interessante Klivisson falar isso, porque **surge, acho, que é a maior dificuldade do início da gente, que é a questão produtiva,** sabe?

Neste compilado, os entrevistados relatam a criação da marca autoral, quando os designers inscreveram-se em uma exposição, mesmo sem ter efetivamente os produtos físicos. Surgiu, então, a oportunidade de colaborar com uma empresa que pretendia reutilizar a resina de sua produção, e assim nasce a relação com a Arte Pedras, empresa recifense de rochas ornamentais, naturais e sintéticas. Eles viram na parceria a possibilidade de materializar projetos utilizando a capacidade produtiva da empresa, e posteriormente exibi-los.

H1: Exatamente. A gente nem ligou para a produção depois que foi vendo os gargalos, primeiro porque **a gente não tinha maquinário**, a gente começou a fazer o maquinário, comprou o maquinário e fez uma bancada que fazia tudo, multiuso, era um transformer.

H2: Essa feira em questão foi onde a gente lançou a marca, em agosto de 2018... **a gente estava produzindo as peças com essa finalidade, chegar lá, vender e procurar o parceiro**. E aí essa caminhada de **aprendizado é que foi interessante**, porque a gente não sabia nada de madeira, nada de acabamento.

O relato acima descreve a situação de improviso necessária para produzir peças autorais complementares, para serem exibidas junto aos objetos desenvolvidos com a empresa parceira. Dessa forma, visavam mostrar sua capacidade para o projeto de peças de mobiliário, utilizando outros materiais. Descrevem as dificuldades enfrentadas por serem iniciantes na tipologia, e que a experiência foi importante para o aprendizado.

H2: outro erro que a gente cometeu no começo: a gente se formou em Campina (Grande) e a gente conhecia muita coisa lá. Então, fazíamos coisas lá, fazíamos coisas aqui, em João Pessoa, e fazíamos coisas em Recife, e o fluxo de produção ficava... A gente passava uma semana em Recife, em Campina... não dá. **Tem que centralizar**.

O entrevistado ressalta a dificuldade de principiante que foi terceirizar processos em cidades distintas, o que acaba afetando a logística da produção, e conclui: é importante centralizar as tarefas.

H2: (A maioria das vendas) [...] foi direta. A gente até chegou a vender para lojas e **a gente fez consignação**. Mas a gente sempre teve problemas... cliente que não pagava etcetera...

H2: Essa logística aí era muito complicada. A maioria dos produtos que a gente vendia, como o Klivisson bem falou, era para o Sudeste. E aí a gente tem uma

complicação com o frete... à época era caro... hoje é completamente inviável...

H2: **Tanto a questão do preço quanto a questão da qualidade do envio, às vezes, danifica...** a gente já mandou xiloteca que chegou **toda quebrada** no Rio de Janeiro. Não dá, não é?

O relato acima trata das dificuldades com a distribuição das peças para o consumidor final e para as lojas que vendiam, por consignação, seus produtos nas regiões Sul-Sudeste. A distância fazia com que o frete fosse dispendioso, e a falta de cuidado de certas transportadoras com os objetos também acarretava prejuízos financeiros.

H2: **Consegui o espaço** (espaço físico do estúdio) e aí a gente fez o projeto e começou a atuar lá no espaço mesmo. **E fez um "showroomzinho" e tudo mais,** durante o decorrer de 2019. Nem terminou de fazer, quando entrou 2020... **veio a pandemia...**

H1: Foi a gente se preparando para Milão. No projeto com o pessoal da UFCG, **aí levou um baque...** o que aconteceu foi que o **pessoal com a pandemia começou a arrumar a casa, começou a querer produto... e a gente vendeu tudo, até peça de showroom... Só que a gente não conseguiu produzir mais porque estava parado e a oscilação de preço estava muito grande.**

H2: Material...

H1: **Você pegava um orçamento era vinte e quatro horas."**

No excerto acima os designers relatam o momento em que estavam progredindo enquanto começavam o empreendimento. Tinham conseguido organizar um espaço físico para trabalho e exposição de peças, iriam participar do Salão do Móvel em Milão, quando irrompe a pandemia. No primeiro momento, aproveitam a demanda por móveis e vendem as peças que ainda possuíam em estoque, mas com

os efeitos das restrições sociais prolongadas e o impacto na economia, decidem por encerrar a produção local. A partir de então, passam a trabalhar com projetos licenciados para outras empresas.

H1: "Depois que a gente licencia o desenho para empresa ela pode vender um milhão.

H2: **A gente está licenciando.** Aí tem o contrato que tem a validade... sei lá... de cinco anos, aí renova"...

H2: Hoje não dá (pra acompanhar o a prototipagem e todos os processos de produção) por conta da **dificuldade geográfica**, porque é uma empresa de Minas, é outra ali... aí tem outra em Curitiba, outra em São Paulo... não tem como...

H1: **A gente já está enraizando já** (em João Pessoa)... aqui a gente só está com a Cabanna, o resto é tudo de fora. É Minas, São Paulo, Curitiba e Santa Catarina ... Santa Catarina é União...

Neste segmento, os entrevistados falam do processo de licenciamento e da dificuldade que encontram por trabalhar com empresas de estados afastados geograficamente, o que faz com que não consigam acompanhar *in loco* todos os processos de prototipagem e produção. Salientam que não pretendem mudar de cidade para solucionar essa situação, pois já criaram laços afetivos com a região.

H1: Não é nem a questão de *feedback* por rede social, mas se você que já chegou... eh:::....**feedback para gente** do próprio (fabricante)... oh... uma cliente disse que precisava disso, e disso... só que assim: por que você não chegou antes para falar isso? E tempos depois, entendeu? Para dizer para a gente justamente testar o produto. **Hoje, em contrato a gente, pede para que antes de lançar um produto a gente vá até o local para poder fazer ... ou dar o ok.**

Neste trecho o entrevistado afirma que o nível de controle sobre o projeto com as empresas, geralmente de móveis para área externa, também foi evoluindo à medida que ganharam experiência. Hoje, os designers exigem por contrato o

acompanhamento do desenvolvimento e avaliação da peça pronta para controle de qualidade.

H2: **Tem que ser uma mistura, a gente tem que respeitar tanto os aspectos produtivos da empresa, a identidade da empresa e a nossa identidade. Não pode ser cem por cento a cara da empresa, nem cem por cento a cara das coisas que a gente faz**, porque se for isso vai fugir um pouco do processo que geralmente é mais simples. Vou dar um exemplo: uma característica da Galho inicialmente, e aí você pode ver nos projetos. Era a mistura de materiais, tinha produto que tinha um valor, cada material tinha um valor simbólico dentro da estrutura do produto, então tinha couro, barro, madeira, está entendendo?

H2: A gente gosta justamente dessa mistura (de materiais), só que quando a gente entra na parte, **principalmente de área externa, a gente só vê corda náutica, o alumínio, que é a base.**

H1: **Hoje** (trabalhamos mais com) **outdoor** porque a gente encheu o portfólio de *outdoor*. Então as empresas de *indoor* quando vêem (o portfólio)... aí, meio que isso, é o que está dificultando a gente um pouco, porque a gente quer um pouco...

P1: **Retornar...**

A extração acima fala da adaptação ao projetar para empresas maiores e com tipologias diferentes com as quais trabalhavam em sua produção própria. Tentam contornar as limitações de materiais impostas pelo mobiliário de uso externo e inserir características que também expressem sua identidade através da forma. Refletem que tais limitações dificultam um pouco o processo criativo, e que preferem aos poucos retornar para a produção de peças de uso interno, que permitem o emprego de materiais diversos.

H2: Eu não sei nem falar aqui de cabeça quantos produtos a gente desenhou até agora, porque **como a gente parou de produzir, ganhamos tempo para desenhar**. E desenhamos mais, se tivéssemos produzindo ainda, não teríamos

desenhado tantas peças, está entendendo? Então, tem esse lado **positivo também, de ter mais tempo para a criação**, para se dedicar e desenvolver peça nova.

O designer aponta aspectos positivos em relação à mudança de sistema produtivo, uma vez que sem a responsabilidade pela feitura das peças, ganham mais tempo para dedicarem-se à concepção de novos produtos.

H1: [...] acho que o **objetivo** da gente está nessa agora de licenciar desenho e tudo mais, queremos fazer isso bem... Queremos ter parceiros para todos os segmentos, para móveis externos, para móveis internos, para iluminação, desenhar nessas linhas que a gente gosta, não é? **E aí, num futuro de mais estabilidade, a gente realmente quer voltar os olhos para produção nossa..**

H2: As limitações produtivas que a gente está melhorando... **tomara que continue melhorando para ter mais processo aqui, e a gente criar uma identidade. Indústria tem aqui também...**

Neste depoimento dos designers, ao refletirem sobre o atual modelo de trabalho, relatam que buscam atingir estabilidade financeira para conseguir voltar à autoprodução. E que se tiverem de continuar a trabalhar com design assinado, esperam o desenvolvimento e valorização da indústria local, que talvez possa ser mais receptiva quanto às referências regionais de seus projetos.

H1: **A gente tem muito problema principalmente na parte de marcenaria, hoje você não tem mais marceneiros.** Então, muitas peças que a gente desenha ou que tem desenhado, precisam de tornearia ou acabamento refinado e a gente ainda não conseguiu atingir... É tanto que tinha peça que o marceneiro fazia que a gente tinha que dar o acabamento depois (de pronta) ...

H1: A gente que dava o acabamento porque não conseguia ter aquele refinamento que a gente queria. Então, esses foram os problemas... a gente tem terceiro de metal, terceirização, tem o parceiro de metal aqui... de cerâmica a gente também

tem, só que o de madeira, que é o que a gente gosta, e ter a madeira inserida no produto a gente não consegue... sempre esbarra nisso.

Os trechos acima destacam as dificuldades enfrentadas quanto à mão de obra qualificada em algumas técnicas que o grupo terceirizava enquanto mantinha produção local. A situação acabava por tomar mais tempo de produção dos designers, que tinham que dar acabamento aos produtos, que julgavam não estar de acordo com o nível de qualidade exigido pelo mercado.

6.2 Análise dos produtos

6.2.1 Mobiliário autoproduzido

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna

Título: Banco Bigú

Ano: 2019

Dimensões: 428 x 350 x 350mm



Configuração (PARTE 1)

Forma: O banco (análogo aos tradicionais tamboretos nordestinos) é composto de estrutura de madeira, com quatro pés e assento quadrado, com ornamentação artesanal inspirada em motivos da cultura popular nordestina.

Material: Madeira e metal, com adornos pintados.

Cor: Pintura

Processo produtivo (PARTE 1)

O banco é produzido na oficina dos designers através de técnicas tradicionais de marcenaria, utilizando madeiras maciças de origem certificada. A estrutura metálica da peça é terceirizada, e a pintura dos ornamentos são realizadas pelos tradicionais pintores de carrocerias de caminhões.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

Os quatro pés do banco foram proporcionam estabilidade em quaisquer tipo de superfície. De material resistente, garante a sustentação do usuário.

Função estética

Ao tradicional banco foram associados adereços em ferro, uma cor forte e a aplicação

Função simbólica

O banco remete à forma de transporte utilizada por décadas pelo sertanejo, seja em viagens locais ou regionais. Faz analogia aos caminhões adornados, e talvez remetam ao pau-de-arara, ícone no deslocamento de pessoas e cargas, já que Bigu é também e um termo regional que significa carona.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input checked="" type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna

Título: Burrego

Ano: 2018

Dimensões: 700 x 600 x 260mm



Configuração (PARTE 1)

Forma: O produto tem estrutura em madeira e aço e acessório/suporte em couro. Utiliza a forma do alforje (armação colocada no lombo dos jumentos para transporte de cargas, utilizando bolsas, uma em cada lado) para composição do móvel.

Material: Madeira, metal e couro.

Cor: Natural dos materiais e pintura (metal).

Processo produtivo (PARTE 1)

Descrição do processo produtivo do artefato.

As peças de madeira são confeccionadas na oficina do estúdio, e as peças de couro são cortadas a laser e montadas manualmente. Já a estrutura em metal é terceirizada.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

O produto é multifuncional, uma vez que pode atuar como revisteiro, bar e cavalete.

Função estética

A configuração estético-formal remete sem muita dificuldade à referência que inspirou seu formato. As cestas colocadas nas laterais associam rapidamente ao alforje, disposta nas laterais da peça da mesma maneira que é posta no animal.

Função simbólica

A função simbólica está contida na observação e identificação da forma que a inspirou. É uma homenagem ao animal que ajudou bastante o sertanejo na sua labuta diária, e está presente no repertório dos nordestinos, mesmo que residam nas cidades. A imagem é bastante representada na arte regional.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input checked="" type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input checked="" type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna

Título: Mancebo Casa na árvore

Ano: 2019

Dimensões: 1600 x 350 x 350 mm



Configuração (PARTE 1)

Forma: Mancebo executado em metal e madeira, inspira-se na imagem das casa da árvore, estrutura que comumente é retratada nos filmes hollywoodianos destinados ao público infantil. A estrutura metálica remete aos galhos das árvores, onde os perfis quadrados tubulares são dispostos com linhas vivas. A estrutura abriga duas peças de madeira, uma casa na parte superior, e uma base circular na inferior.

Material: Madeira e metal.

Cor: Natural dos materiais e pintura.

Processo produtivo (PARTE 1)

As peças de metal são cortadas e soldadas localmente, de maneira terceirizada. As peças de madeira são produzidas na oficina do estúdio.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

O mancebo agrega diversos usos, sua estrutura em formato de casa funciona como um nicho, que pode abrigar objetos pequenos. Na parte inferior da mesma peça, há um organizador para chaves. Na parte inferior conta com uma base que pode servir para dispor ornamentos ou acomodar objetos. Já as extremidades de sua estrutura metálica funcionam como cabideiro.

Função estética

O produto busca inspiração, tanto estética, quanto funcional, de uma árvore que carrega em seus ramos as folhas e frutos, e é traduzida em uma estrutura minimalista que oferece índices para pendurar peças de roupas e acessórios. A casa que remete à diversão e imaginação, é traduzida em uma representação minimalista de um lugar capaz de comportar acessórios.

Função simbólica

O produto suscita lembranças e descontração aos ambientes em que figura. Promove ao observador voltar no tempo, onde o sonho de quase toda criança era ter uma casa na árvore.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna

Título: Cafuçú

Ano: 2020

Dimensões: 450 x 400 x 400mm



Configuração (PARTE 1)

Forma: O banco é composto por quatro pés cilíndricos, uniformes, pintados em diversas cores, que como o nome da peça indica, é inspirada na irreverência de um bloco representativo do evento Folia de Rua, da cidade João Pessoa, o Cafuçú.

Material: Madeira e metal.

Cor: Natural dos materiais e pintura (metal).

Processo produtivo (PARTE 1)

Descrição do processo produtivo do artefato.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

A configuração de um banquinho não carece de muitas exigências ergonômicas, uma vez que não possui encosto e não é das mais amigáveis para uma boa

Função estética

O apelo estético desta peça está associado à aparência rústica e descontraída, no uso de múltiplas cores. Mantém a simplicidade dos clássicos tamboretos encontrados em toda região Nordeste.

Função simbólica

O simbólico deste produto está intrinsecamente relacionado à sua função estética, à alegria do período carnavalesco, de uma agremiação que reflete irreverência e exagero na fantasia e no descompromisso de combinar as cores e padrões.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia



Mobiliário área interna / externa

Título: Balanço Circence

Ano: 2020

Dimensões: 80 x 80 x 650 mm

Configuração (PARTE 1)

Forma: Balanço de corda, de formato cilíndrico e com uma pequena depressão para formar o assento. Remetendo aos balanços pendurados em árvores.

Material: Madeira cumaru e corda.

Cor: Natural dos materiais e material tingido de fábrica.

Processo produtivo (PARTE 1)

A peça de madeira é trabalhada na oficina do estúdio, com a gravação em ferro quente de frases em sua estrutura. São adicionadas cordas para sua sustentação.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

Durante o período de isolamento social, segundo os designers, causado pela pandemia do Covid-19, a união do minimalismo com o desejo de balançar ao ar livre trouxe essa nostalgia imersiva pelas alturas do picadeiro, estabelecendo essa referência por meio de uma única peça unida a um índice simples entrelaçado a forma mínima para se balançar.

Função estética

O uso econômico das formas não atrapalha a percepção do produto como um balanço, também é facilmente associado ao trapézio de malabaristas de circo, como sugerido por seu nome.

Função simbólica

A aparência do produto e sua semelhança com os balanços pendurados em árvores, assim como os trapézios de circo, podem proporcionar a identificação do observador que tem em seu repertório referências lúdicas.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input checked="" type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

6.2.2 Mobiliário licenciado

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna

Título: Corisco

Ano: 2020

Dimensões: 800 x 500 x 485mm

Produtora: Modomoro



Configuração (PARTE 1)

Forma:

A cadeira é composta por pés e assentos comuns, feitos em madeira. O encosto apresenta-se em forma de meia lua, que possui uma leve curvatura. Nas suas extremidades, possui como adornos tiras de couro sintético. O encosto e seu acessório remete ao chapéu de cangaceiros, assim como sugere seu nome, inspirado em um dos membros do bando de Lampião.

Material: Madeira e sintético.

Cor: natural do material

Processo produtivo (PARTE 1)

Produção em marcenaria de grande porte, com inserção manual de adornos.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

A composição da cadeira possui a estrutura básica do móvel, 4 pés, encosto e assento. A sua curvatura e extremidades arredondadas garantem maior conforto ao sentar.

Função estética

A cadeira, toda de madeira, tem como diferencial o seu encosto. O formato de chapéu de cangaceiro é de fácil identificação, e acrescenta um elemento regional e descontraído a um produto de formas mais simples e de material mais tradicional.

Função simbólica

O artefato carrega, não só no seu nome, como em parte de sua configuração formal, elementos que estão presentes no repertório nacional, especialmente o nordestino. O chapéu de cangaceiro está muito enraizado no imaginário do brasileiro como pertencente da cultura nordestina.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input checked="" type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna

Título: Seleiro

Ano: 2019

Dimensões: 645 x 430 x 540mm

Produtora: Artes em Cadeiras



Configuração (PARTE 1)

Forma: A peça criada mantém o formato tradicional da sela e é análogo aos tradicionais cavalinhos de madeira, com o objetivo de promover o sentar e o balançar. Sela é um tipo de estrutura colocada nas costas do animal para que alguém possa se sentar mais confortavelmente para cavalgar. A sela é uma estrutura de suporte que vai amarrada ao dorso de um animal de montaria, onde se senta a pessoa que conduz.

Material: Madeira e palha indiana

Cor: Natural dos materiais e pintura.

Processo produtivo (PARTE 1)

Produção executada em marcenaria de grande porte, as peças de madeira recebem aplicação de uma tela em palhinha tramada.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

Inspirado na sela d do sertanejo, o produto traz de forma minimalista a brincadeira de sentar e balançar tal qual brinquedos infantis.

Função estética

Através da forma, quando estática, a peça promove a associação ao artefato que inspira sua criação, as linhas econômicas são elegantes. Já quando em uso, é transformada em objeto de diversão, adicionando uma dimensão mais despojada.

Função simbólica

Incorporando valores lúdicos, transporta o usuário para o movimento do balançar, inevitável pela instabilidade proposital do banco. Objetiva promover sensações de relaxamento, diversão e possível conexão com as brincadeiras infantis.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input checked="" type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna

Título: Vaqueiro

Ano: 2020

Dimensões: 470 x 400 x 400 mm

Produtora: Berro



Configuração (PARTE 1)

Forma: O banco de possui 4 pés cilíndricos unidos por estrutura metálica. Seu assento é circular e com a inserção de um estofado convexo. A base de seu assento, de metal, possui mecanismo que permite que gire em um eixo de 360 graus.

Material: Madeira, couro e metal.

Cor: Natural dos materiais e pintura (metal).

Processo produtivo (PARTE 1)

A peça é produzida na estrutura de uma marcenaria de grande porte, e utiliza as técnicas de marcenaria, serralharia e de manipulação do couro.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

A estrutura geral do banco é comum ao que se espera de sua tipologia: 4 pés e um assento. O seu diferencial consiste na mobilidade de seu assento, que possui em sua base metálica um eixo que permite o uso de dois tipos diferentes de tratamento, um assento liso (só com madeira) e outro de couro acolchoado.

Função estética

A transição entre os assentos promove uma percepção estética diferente da peça. Quando a parte do assento acolchoado fica voltada para cima, remete ao chapéu dos vaqueiros do Nordeste, que utilizam um chapéu de couro de forma arredondada, artifício proposto por sua forma convexa.

Função simbólica

O banquinho promove através de sua forma a identificação com o chapéu do vaqueiro, uma associação que significativa para o usuário nordestino.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input checked="" type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna

Título: Cariri

Ano: 2020

Dimensões: 1750 x 1450 x 450mm

Produtora: Berro



Configuração (PARTE 1)

Forma:

O banco é composto por quatro pés de forma cilíndrica, já o seu assento em madeira e couro, retangular, tem um dos lados arredondados. Tem afixado nesta parte arredondada um suporte em metal que tem formato de cacto, planta típica da região do cariri.

Material: Madeira, metal e couro.

Cor: Natural dos materiais e pintura (metal).

Processo produtivo (PARTE 1)

A peça é produzida na estrutura de uma marcenaria de grande porte, com processos de beneficiamento da madeira, inserção de placa de metal e de soldagem e pintura das peças tubulares.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

O produto apresenta estrutura que confere resistência ao processo de sentar com seus pés de madeira maciça. O assento de formato retangular, tendo na parte interna tramado de couro, possibilita um sentar relativamente confortável. A composição em metal em uma das laterais, em formato que lembra o cacto (xique-xique ou mandacarú) pode ser utilizado como suporte para bolsas, chapéus e outros artigos.

Função estética

Cariri é uma região de clima árido, vegetação rasteira e formações rochosas. A paisagem típica dessa região de caatinga compõe-se ainda de cactos, bromélias e um céu escaldante. O banco Cariri é uma síntese do cenário iconográfico da região.

Função simbólica

A paisagem da caatinga inspirou o processo criativo do banco Cariri. Móvel que carrega elementos e materiais presentes na vida simples do sertanejo, onde pessoas compartilham em frente à sua moradia, sentadas sobre um mobiliário, suas histórias, alegrias e lamentos.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna / externa

Título: Poltrona Folha

Ano: 2020

Dimensões: 560 x 540 x 540 mm

Produtora: Cabanna



Configuração (PARTE 1)

Forma:

A poltrona possui na sua parte superior (que comporta assento/ braço/ encosto) formas arredondadas, composição que remete à duas folhas. Já em sua parte inferior, apresenta linhas e cantos retos.

Material: Alumínio e corda náutica.

Cor: Material tingido de fábrica e pintura (metal).

Processo produtivo (PARTE 1)

A peça é produzida por uma empresa de maior capacidade produtiva. É composta de peças tubulares de alumínio, que depois de soldadas, recebem pintura e a trama manual da corda náutica.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

De aparente estabilidade, a poltrona por ser uma estrutura única pode não ser das mais confortáveis para utilizar por um longo período de tempo. Seus materiais resistentes, uma vez que também servem ao uso externo, podem ser um ponto positivo em questões de durabilidade.

Função estética

A estrutura tubular de sustentação da cadeira é comum em outros móveis tubulares. Assim, o elemento de maior destaque ao processo de percepção desta peça são as nervuras que a compõem, formatando uma folha.

Função simbólica

O formato de folhagem inserido em seu encosto, bem como o tom de verde, remetem à natureza, podem promover uma associação positiva para o usuário/observador.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

AUTOPRODUZIDO

Mobiliário área interna

Título: Mesa Alvo

Ano: 2018

Dimensões: 500 x 350 x 350 mm

Produtora: Arte Pedras



Configuração (PARTE 1)

Forma: Descrição da forma

A mesa é composta de um tampo circular com dois tipos diferentes de pedra, que alternadamente e distintos por suas cores, dividem-se em círculos concêntricos. A base de metal possui peças planas dispostas de forma a emularem a ponta de um dardo.

Material: Pedra natural, pedra sintética e metal.

Cor: Natural do material, material com adição de pigmento e pintura (metal).

Processo produtivo (PARTE 1)

A peça é executada com a estrutura produtiva da empresa de marmoaria que licencia os produtos, e a base é terceirizada.

ANÁLISE DAS FUNÇÕES (PARTE 2)

Função prática

O produto aparenta certa instabilidade por ter sua base mais delicada em comparação com o tampo de pedra, mais pesado, mas tal fato é fruto de observação da imagem, não de manipulação efetiva do produto materializado.

Função estética

A configuração formal da peça é bastante óbvia e de fácil identificação, suas cores mais sóbrias e combinação clássica entre preto e branco diminuem o tom do formato irreverente de um dardo atingindo seu alvo.

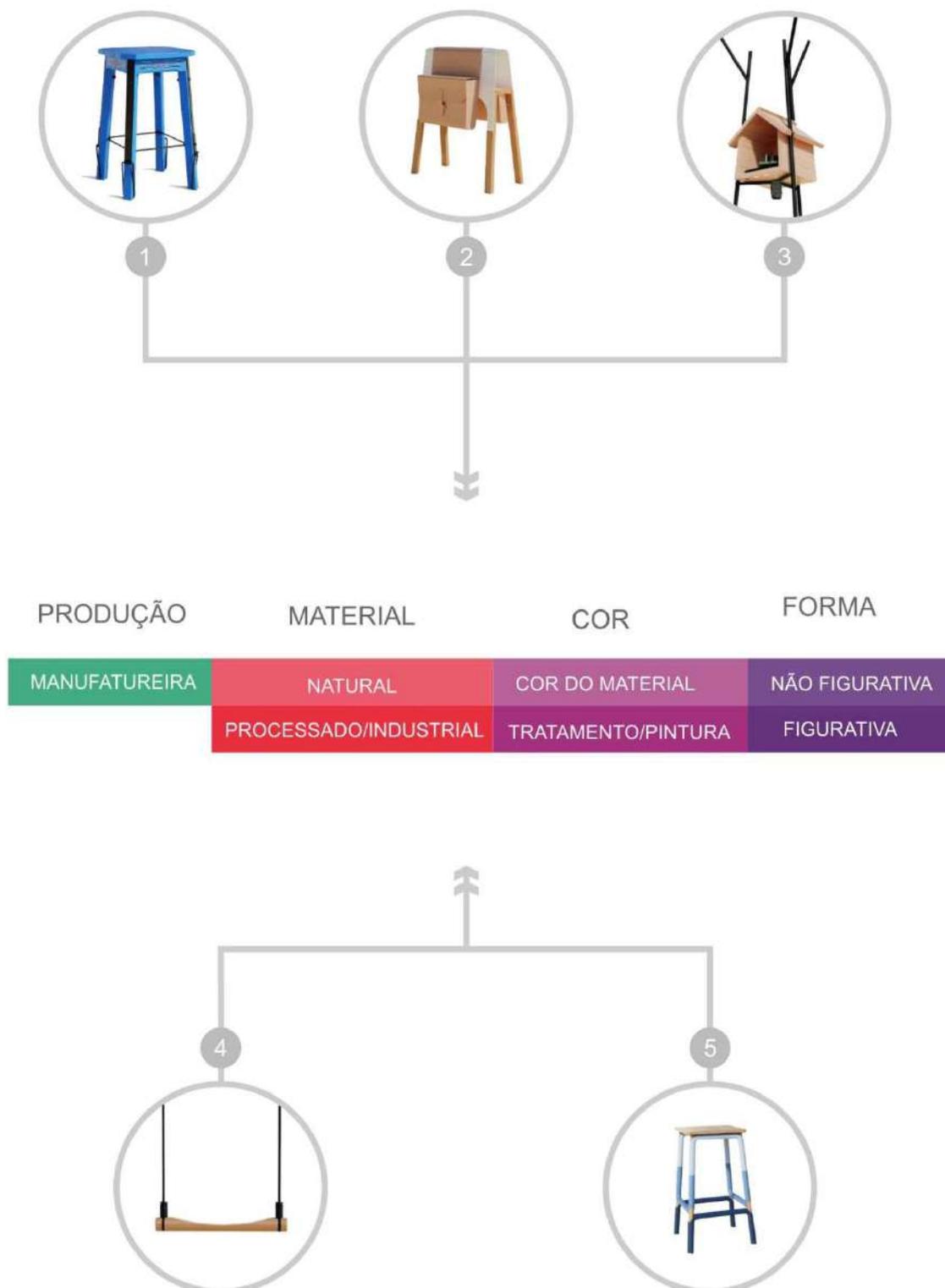
Função simbólica

A representação do dardo atingindo o alvo remete a um momento de relaxamento e descontração, afinal é um jogo que muitas vezes é encontrado em bares.

ASSOCIAÇÃO COM O ARTESANAL (PARTE 3)

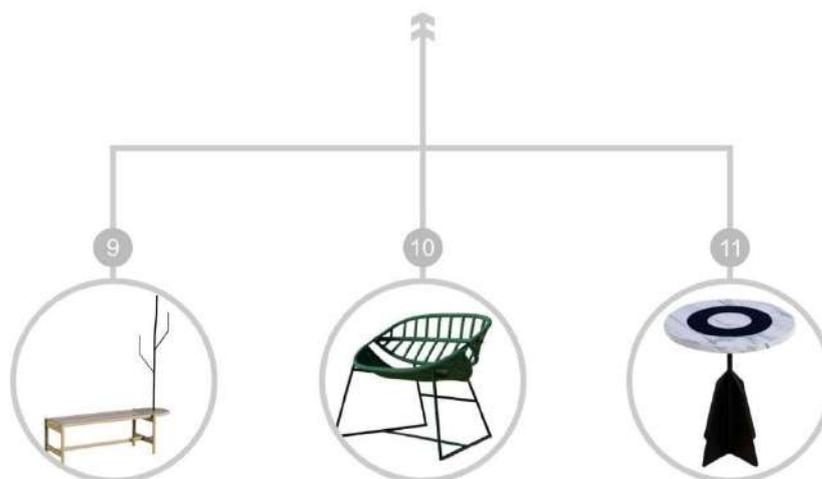
Configuração formal	Processo produtivo
<input type="checkbox"/> representação ou utilização de características formais das técnicas	<input type="checkbox"/> uso de mão de obra artesanal
<input type="checkbox"/> estrutura da taxonomia dos produtos artesanais	<input type="checkbox"/> técnica de produção artesanal
<input type="checkbox"/> uso de produtos artesanais como elemento de sua composição	<input type="checkbox"/> uso de material típico de uma tipologia

6.3 Síntese interpretativa





PRODUÇÃO	MATERIAL	COR	FORMA
MANUFATUREIRA	NATURAL	COR DO MATERIAL	NÃO FIGURATIVA
MISTA	PROCESSADO/INDUSTRIAL	TINGIMENTO/PIGMENTO	FIGURATIVA
		TRATAMENTO/PINTURA	



7 AVALIAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Neste setor da investigação passa-se a pôr em consideração e a interpretar os dois suportes utilizados, as entrevistas e os produtos, como capazes de fornecer informações suficientes e fidedignas sobre o exercício da autoprodução no design autoral de mobiliário contemporâneo brasileiro, considerando elementos e processos de sua atividade (projeto, produção, distribuição e comunicação), no cenário pós-pandêmico.

As duas modalidades distintas de suporte, com suas específicas naturezas comunicativas, dialogam entre si neste estudo, e procuram construir um “cenário” interativo, em que os significados dos trechos das entrevistas como que alimentam as imagens e descritores significativos sobre os produtos e vice-versa.

O corpo dos trechos selecionados das entrevistas fornece um conjunto substancial de elementos, suficientes para esclarecer e dar espessura significativa aos pontos centrais deste estudo, além, é claro, de expor elementos existenciais que cercam a vida dos designers aqui estudados.

O primeiro deles, o caráter motivacional, compreende uma série de fatores – que se acham enunciados em partes das entrevistas – deixou evidenciado que o circuito universitário, vivenciado pelos entrevistados, assim como as experiências proporcionadas no ambiente acadêmico contribuíram para adentrar no campo do design de mobiliário.

A aproximação dos designers por afinidades com o desenho e a criação é a semente para estabelecer o diálogo acerca das ambições profissionais e a busca por referências externas ao que é imposto no progresso normal do curso. A figura dos concursos, que surge e toma certas proporções em seu percurso enquanto estudantes, aliados aos preconceitos em relação ao trabalho carregado de simbolismo regional, são catalisadores para que enxergassem na valorização regional o norte para suas criações.

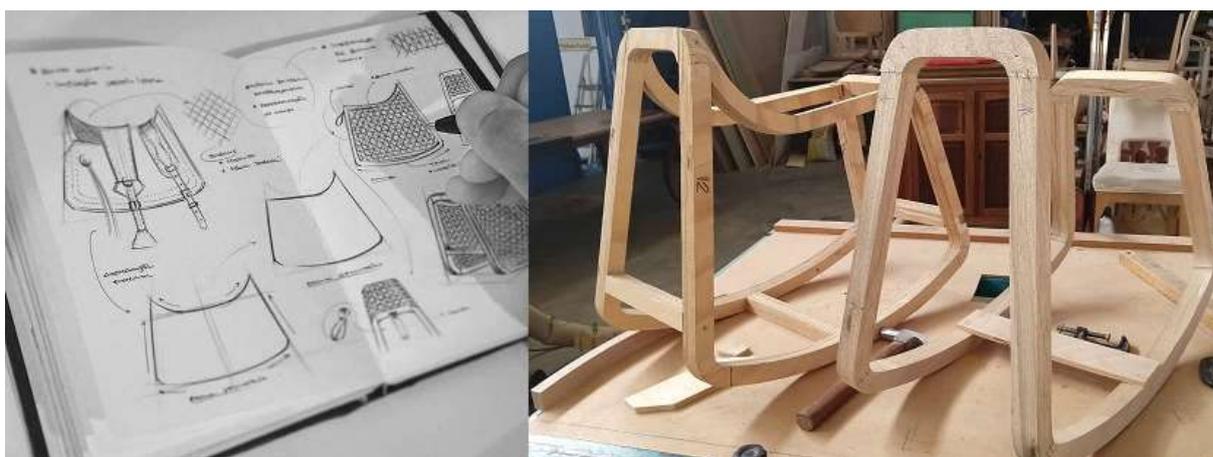
A presença de referências estéticas e a carga simbólica de suas peças que remetem ao que habita no imaginário do que se conhece do Nordeste é possível de verificar em suas peças, sejam elas fruto de design autoproduzido ou não. A seguir, para visualização do exposto, imagens dos produtos autoproduzidos Burrego e Sincera, e o banco Seleiro, em parceria com a empresa de móveis Cabanna.

Figura 88 – Referência aos animais sertanejos



Fonte: <http://www.instagram.com/estudiogalho>

Figura 89 – Desenvolvimento do banco Seleiro para a Cabanna



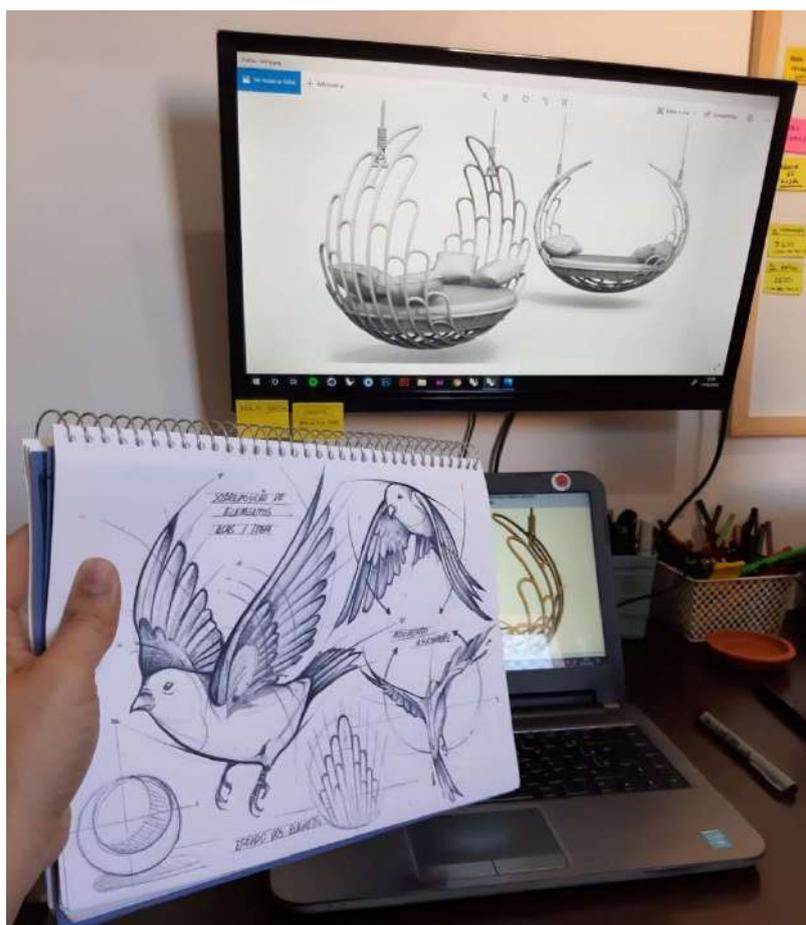
Fonte: Acervo estúdio Galho

Estes são indutores significativos, que deixam visíveis certas pressões exercidas sobre os profissionais em início de carreira (e de origem nordestina), quando se familiarizavam com as peculiaridades, regras e princípios do meio profissional em que se inseriam.

Quanto a relação entre o manual e o digital, verifica-se que o vínculo entre um e outro vai ocorrendo à medida em que a atividade profissional vai, aos poucos, trazendo maiores exigências, e, portanto, maior complexidade. No caso específico dos jovens designers do Galho, o gosto pelo artesanal (por inevitável vinculação com a regionalidade e com a criação de novos objetos) e as pressões trazidas pelo mercado

(primeiro, com a implantação e a necessária manutenção da empresa Pulsar, que realiza serviços de modelagem de carenagem, matrizes e prototipagem rápida, e, depois, com a realização de seus projetos autorais em 3D (Figura 90) para a produção que ocorre, hoje, em regiões distintas do país) se combinaram na composição de ramo de atividade que abraçaram.

Figura 90 – Desenvolvimento do balanço Voar

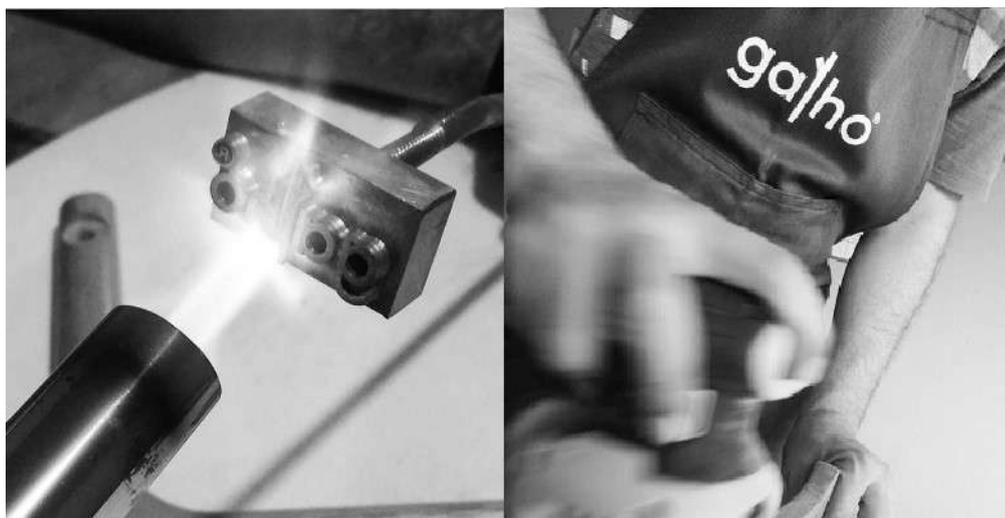


Fonte: Acervo estúdio Galho

Fica evidente o esforço conjunto dos profissionais em busca do reconhecimento profissional, pela caminhada, paulatina e gradual, que exigiu empenho e dedicação. A experiência universitária forneceu insumos importantes, mas, segundo afirmaram, insuficientes para enfrentar os rigores exigidos pelo mercado. A tecnologia chega, no âmbito de seu desempenho profissional, como consequência inevitável dos sistemas de produção atuais, a que foram, com certo sacrifício, se adaptando, na busca de melhores condições no mercado.

Pelo que se apreende dos registros visuais (fotos dos produtos e fotografias da concepção dos artefatos), o manual e o tecnológico convivem em certa harmonia, sem que um ceda parte a mais para o outro. E é aí que reside o diferencial perseguido pelos designers: se há emprego tecnológico na produção, há manipulação manual também, assim como nos estágios de conceituação, que transitam entre o papel e o digital.

Figura 91 – Processos produtivos na oficina própria



Fonte: <http://www.instagram.com/estudiogalho>

Mas aí, também, ficam claras as tensões decorrentes da relação entre o manual e o tecnológico, que se refletem, especialmente, no tempo exigido pela execução. Esta entra em choque com a rapidez pedida pelas regras de mercado, assim como a inexperiência comum a quem começa um empreendimento.

De outra parte, as relações proporcionadas e exigidas pela tecnologia (como a presença digital para promoção do trabalho) tensionam e trazem problemas para os agentes responsáveis pela autoprodução e autopromoção. Com a divisão, ou subdivisão das atividades (porque é outro importante domínio da atividade laboral), a atenção às relações via rede é parte fundamental do exercício profissional em tempos digitais. Quanto mais expandidas as relações empresariais, nestes tempos de comunicação rápida e eficiente, mais a necessidade de agentes capacitados para dar conta delas.

Abaixo, imagem do *site* do grupo, que foi desativado momentaneamente por este promover uma demanda de pedidos maior do que a capacidade produtiva que ainda estavam delimitando enquanto empreendimento iniciante. Em seguida, exemplo de gravação de conteúdo para divulgação.

Figura 92 – Interface do site desativado.



Fonte: <http://www.estudiogalho.com.br>

Figura 93 – Gravando material de divulgação para as redes



Fonte: Acervo estúdio Galho

Já em relação à elaboração criativa, preocupação do trabalho dos designers aqui estudados, percebe-se a sua posição no corpo das necessidades empresariais recentes. A criatividade é fator de inegável relevância nas complexas relações de mercado relativo aos produtos do design contemporâneo, o elemento que mais agrega valor no âmbito de novos produtos, ao lado, claro, de outras dimensões importantes, como o caráter ergonômico e funcional.

A dimensão semântica, que sempre é destacada nos depoimentos dos designers, representa valores e memórias ligadas à infância e ao sentimento de pertencimento com o ambiente em que cresceram. Não é rara a utilização da forma extraída de observações da iconografia de suas cidades natais, da manifestação cultural das festas populares da cidade que os acolheu, como no caso da linha Cafuçú, assim como o caráter lúdico de peças que remetem à brincadeiras de infância.

O ponto representativo da marca autoral em questão, se constrói pelos vínculos estreitos com a região Nordeste, elemento diferenciador, e de apelo, das peças sob criação. Percebe-se que a insistência por continuar com a tipologia do móvel é, sim, a comprovação de que a mesma é o veículo para a materialização das suas expressões individuais, onde podem criar, ou melhor, onde gostam de estar.

O espaço em que transitam as chamadas peças autorais é, intrinsecamente, marcado pela competição, alimentado pelos salões, feiras e concursos. Daí porque o artefato reconhecidamente criativo, premiado, transforma-se em importante “passaporte” dentro desse campo de atuação. As peças com maior densidade simbólica, que apresentem vínculos inesperados e sugestivos com certa parcela cultural (no caso, aqui, com a regionalidade nordestina) tendem a destacar-se no meio de estilos mais universais.

Premiações, porém, que reconhecem o valor estético e criativo, a densidade de sua carga simbólica, não são garantia de venda ou de sucesso de mercado. Há relativo descompasso entre a peça criativa e sucesso no mercado. Mas isso, de maneira alguma, limita (ou deve limitar) o empenho criativo.

Quanto ao processo produtivo, que envolve diferentes operações e um ações coordenadas e eficientes, em qualquer que seja o ramo comercial bem-sucedido, é preciso dimensionar algumas condições acerca do Estúdio Galho, que condicionam o seu funcionamento, e, ao mesmo tempo são pontos de inflexão e superação.

Primeiramente, trata-se de uma empresa tocada por jovens designers, que

trazem um acúmulo de experiências que contribuíram para o exercício nos domínios do design de mobiliário autoral (conheciam de processos produtivos na área de móveis; tinham apreço pelo desenho e pela criação; foram premiados em competições; sabem transitar entre o manual e os instrumentos tecnológicos) o que favorece o domínio sobre as esferas produtivas.

A adaptação contribuiu para trazer certo sucesso ao Estúdio Galho. Com o advento da pandemia, as relações de produção se alteraram significativamente, exigindo uma série de reorientações no sistema produtivo do Estúdio. De certa forma, sua trajetória sempre foi assim, de assumir riscos e lidar com o imprevisto. Mesmo sem produto físico, buscaram parceria para arcar com parte dos custos de entrar no circuito de exposições. Diante da incerteza, apostam no capital criativo para manter-se na área, e num futuro mais estável, voltar a ter domínio de todos os processos de elaboração e produção de um produto novamente.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao chegar a este ponto, cumpre condensar as ideias no sentido de extrair algumas considerações fundamentais sobre o tema e determinadas consequências do que foi explorado. A autoprodução é um sistema ainda pouco estudado em terras brasileiras e, em razão disso, deixa grandes hiatos para a compreensão desse setor do design.

Como dito, o processo investigativo teve que ser modificado por causa da entrada em cena de um fator inesperado e perturbador, a pandemia. O foco anterior pretendia se debruçar sobre três estúdios que operavam no sistema de autoprodução, o cenário mudou rapidamente. As ações da pesquisa tiveram que se satisfazer com um único estúdio na região Nordeste, espaço geográfico de interesse. O estúdio Galho, com todas as dificuldades surgidas neste período de crise, manteve as portas abertas, estabelecendo protocolos e criando alternativas para continuar vivo no mercado.

A empresa, tocada por jovens designers nordestinos, apostou na produção criativa, utilizando como suporte simbólico elementos da cultura regional como diferenciadores, capazes de chamar a atenção e projetá-los no mercado. De maneira geral, a pesquisa pôde retratar o processo de construção de uma empresa jovem e que, apesar das dificuldades, fixou seu nome no mercado por sua capacidade de adaptação e versatilidade, transitando nos campos da cultura popular e do tecnológico, do design de serviços e da expressão individual. É significativa, novamente, a escolha por continuarem a projetar novos produtos, e de insistir na inserção da simbologia regional nos seus objetos, assim como é significativa a escolha de permanecer no Nordeste, quando seu campo de atuação chama para regiões distantes.

Se no início de seu empreendimento escolhem a autoprodução para materializar os projetos de móveis que não paravam de fazer como válvula de escape criativo, a insistência na concepção de peças de mobiliário mesmo no período de crise e em coexistência com outras atividades de design de produto – mais lucrativas, inclusive – mostra que a capacidade de expressão individual que podem alcançar com essa tipologia influenciou e influencia a jornada dos designers.

Foi possível perceber também que a presença de referências manuais e tecnológicas nos processos de concepção, produção e na configuração dos objetos vai se modificando na medida que começam a trabalhar com licenciamento. Se antes o espaço de concepção e produção era o mesmo, e em curto espaço de tempo podiam partir do conceito para a execução do protótipo e manipulação dos materiais, agora foi preciso adaptar o suporte.

O uso de *sketches* e de recursos visuais gráficos no processo de *home office* exige que a comunicação para a decisões projetuais seja eficiente, já que a troca é *online*. A importância de desenhos técnicos e *renderings* tridimensionais pesam mais que a experimentação e manipulação com materiais no estúdio. Mas a referência das técnicas manuais ainda é presente no processo produtivo das peças, como revestimentos elaborados feitos à mão, e inspiração em artefatos de confecção artesanal.

Quanto ao aspecto da autopromoção nos meios digitais, quesito que os designers afirmaram possuir mais dificuldades, percebeu-se que esta é uma ferramenta importante, mas que exige um certo nível de organização, pois como consequência, pode atrapalhar o fluxo de produção da empresa. A desativação do *site* enquanto a empresa era iniciante por não conseguir acompanhar o volume de pedidos mostra que é preciso certo tempo para entender e estabelecer a capacidade produtiva e trabalhar com limites condizentes com essa realidade.

Outro fator relatado é o tempo que é preciso empregar para gerenciar as interações nas redes sociais, por exemplo. Existe a preparação prévia necessária para que o perfil, que os designers julgam ser o principal meio de exposição, possua a identidade visual coesa e que funcione como vitrine dos produtos de acordo com planejamento que fazem, mas que por atender as outras demandas do empreendimento, não as colocam em prática.

Há ainda, sobre esse ponto, a falta de habilidade para produzir as mídias que os designers acreditam que precisam executar para promover seu trabalho. Deixam passar oportunidades de tornar públicas conquistas como premiações e participações em eventos, que podem referendar sua relevância no campo de atuação. Ao revelar que outros profissionais contam com equipes de filmagem ou equipamentos específicos para esse tipo de registro, fica exposta a importância que a produção de

material para a divulgação nessas plataformas tem no contexto do design autoral de móveis.

O objetivo desse trabalho não foi testar nem comprovar a atividade da autoprodução em sua totalidade, pois é um fenômeno complexo e em franca expansão. Buscou-se iniciar um diálogo no Brasil através da perspectiva do design de produto, especialmente do mobiliário autoral.

O contexto retratado pela maioria dos pesquisadores é a realidade de países desenvolvidos e com um sistema de suporte com iniciativas públicas e privadas bem estabelecido para o setor, a exemplo da Itália. Como pondera Bonsiepe (2012, p. 63), o enfoque do design nos países desenvolvidos é transformar sonhos em realidade, já para os que estão em desenvolvimento, é transformar a realidade em sonho.

A pesquisa que neste momento se encerra não poderia, também, deixar de assinalar algumas consequências decorrentes do conjunto de informações manipulado. A primeira delas, diz respeito à ausência de políticas públicas que dêem suporte às iniciativas de autoprodução. Sabe-se o quanto o Estado brasileiro interrompeu, no último governo, com políticas de apoio ao microempreendedorismo, especialmente no ramo da indústria criativa. O que, por óbvio, cria obstáculos a iniciativas dessa natureza.

De outra parte, o estudo realizado sobre microempreendedores criativos, ao fornecer um quadro razoável de sua história e de seus processos produtivos, de suas dificuldades e superações, pode servir também como registro, que se quer significativo, para emprego posterior em investigações sobre essa temática.

É preciso salientar, mais uma vez, a limitação da pesquisa e a adoção de estudo de caso único, pois com a realidade de um grupo de design apenas, não é possível qualquer generalização de maior abrangência, agravada pela condição adversa atravessada pelos microempreendimentos no país. É recomendado que outras pesquisas utilizem um maior número de casos, e para compreender melhor o fenômeno em território nacional, utilizar casos de outras regiões, bem como fazer uso de observação direta no ambiente de produção e/ou criação, enriquecendo a experiência da coleta de dados.

A realização desta pesquisa também projetou outros cenários que merecem a atenção de investigadores interessados no tema, como: o estudo da autoprodução em centros urbanos em que a localização geográfica favoreça a distribuição e

escoamento das peças produzidas; investigação em que as técnicas de fabricação empregadas sejam utilizadas como viés principal (manual e/ou tecnológica); a questão da falta de políticas públicas de suporte para o setor, tanto na divulgação como para garantir a contínua produção do desenvolvimento de design autoral.

9 REFERÊNCIAS

ALESSI, C. **Doppo gli anni zero**: Il nuovo design italiano. Milão: Editori Laterza, 2019.

ANDERSON, C. **Makers**: The New Industrial Revolution. Crown Business, 2012. 257 p.

AZEVEDO, C. N.; CAMPOS, J.L. Reflexões acerca da autoria no design: notas sobre o nascimento do autor e as origens do direito autoral. Revista Lugar Comum, Rio de Janeiro, nº49, p. 150-166, outubro, 2017. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/lc/article/view/49471/26993>. Acesso em dezembro de 2022

BARROS, A.; DUARTE, J. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: editora Atlas. 2005.

BARDI, L. B. **Tempos de grossura**: o design no impasse. São Paulo: Instituto Lina Bo E P.M. Bardi, f. 40, 1994. 79 p.

BAXTER, M. **PROJETO DE PRODUTO**: GUIA PRÁTICO PARA O DESIGN DE NOVOS PRODUTOS. 3 ed. São Paulo: Blucher, f. 172, 2011. 344 p.

BELLAVITIS, A. D. A. *In*: FINESSI, B. (Org.). **il design italiano oltre le crisi**: Autarchia, austerità, autoproduzione. Milão: Corrairie, 2014. p.20-21.

BIANCHINI, M.; MAFFEI, S. Microproduction everywhere: defining the boundaries of the emerging new distributed microproduction socio-technical paradigm. *In*: Social Frontiers: the next edge of social innovation research. **Anais eletrônicos. 2013**. Disponível em: <http://www.transitsocialinnovation.eu/content/original/Book%20covers/Local%20PDFs/93%20SF%20Bianchini,%20and%20Maffei%20Distributed%20economies%20paper%202013.pdf>

BIANCHINI, M.; MAFFEI, S. Emerging production models: a design business perspective. *In*: FAUST, J.; JUNGINGER, S. **Designing Business and Management**. Londres: Bloomsbury Academic, 2015, p. 129-145.

BOMFIM, G. **Ideias e formas na história do design**: uma investigação estética. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 1998.

BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Editora Blucher, 2011. 270 p.

BONSIEPE, G. **Design como prática de projeto**. São Paulo: Editora Blucher, f. 108, 2013. 216 p.

_____. **Do material ao digital**. São Paulo: Editora Blucher, v. 1, f. 117, 2015. 234 p.

BORGES, A. **O mobiliário contemporâneo brasileiro**. Rio de Janeiro: Aeroplano: FGV projetos, 2013.

BRANCHESI, A. **Design Digitale**: come le nuove tecnologie possono cambiare il mondo di progettare. Corso di laurea in Disegno Industriale. Sapienza Univesità di Roma, Roma, p. 96, 2016.

BRANDÃO, A.; ULLMAN, C.; NEDOPETALSKI, S. **Brasil Faz Design**: criatividade brasileira no cenário internacional. São Paulo: Olhares, 2017.

BURDICK, A. What have writing to do with design? *Eye magazine*, no. 9 vol. 3, 1993

CAMPANA, F; CAMPANA, H. **Cartas a um jovem designer**: do manual à indústria, a transfusão dos Campana. Rio de Janeiro: Elsevier: 2009.

CAMPELO, K. Entrevista. [nov. 2022]. Entrevistadora: Yasmin M. de Moura e Campos Fernandes. João Pessoa, 2022. 1 arquivo.mp3 (86 min). A entrevista na [Íntegra encontra-se no apêndice A desta tese.

CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CELASCHI, F; DESERTI, A. **Design e innovazione**: Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, f. 74, 2007. 148 p.

CERVELLI, P. A capacidade comunicativa do objeto anônimo. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 7, n. 16, p. 57–63, 2014. DOI: 10.26563/dobras.v7i16.32. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/32>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2023.

CONCENTINO, N. Desafios de e-commerce de móveis após a pandemia. **Móveis de Valor**, Curitiba, v. 220, p. 16-23, set. 2022.

DIAS, P. J. J. S. **Design e auto-produção**: novos paradigmas para a sociedade pós-industrial, contribuições das tecnologias digitais. Tese (doutoramento em Design) – Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa. Lisboa, p. 253, 2015.

FERRARA , L. D. A. **Design em espaços**. São Paulo: Rosari, 2002.

FERRARA , M. Design and self-production: the advanced dimension of handcraft. **Strategic Design Journal**, São Leopoldo, v.4, n. 1, p. 5-12, jan./abr.2011. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/view/4459/1695>.

_____. Produzione , autopromozione, autoproduzione. *In*: PASCA, V.; TRAPANI, V. (org.) **Scenari del giovani design**: idee e progetti dall'europa e dal mondo. Milão: Lupetti. 2001.

Design and self-production: the advanced dimension of handcraft. **Strategic Design Journal**, São Leopoldo, v.4, n. 1, p. 5-12, jan./abr.2011. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/view/4459/1695>.

FERNANDES, Y. **Estudo panorâmico das referências artesanais no design de mobiliário contemporâneo brasileiro**. Recife, f. 257, 2016 Dissertação (Design) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

FIELL, C; FIELL, P. **Design do Século XX**. Taschen, 2015. 768 p.

FINESSI, B. (Org.). **il design italiano oltre le crisi: Autarchia, austerità, autoproduzione**. Milão: Corrairie, 2014. 400 p.

FLOR, M. **O Grande Salto: guia para você se lançar como freelancer nas indústrias criativas**, f. 105. 2020. 210 p.

IMBESI, L. **Design cognitariat at work in the organization of knowledge capital**.In: International DMI Education Conference. Cergy-Pointoise: ESSEC Business School,p. 15, 2008.

IMBESI, L. **Design comes out of industry: new critical approaches for design in the economy of post-production**. In: CROSSING TALENTS! CUMULUS CONFERENCE. 2012. Proceedings [...] Helsinki: Aalto University, 2012, p. 36-43.

_____. **Design for self production: the digital democratization of the creative profession**.In: Design and Research Conference .Helsinki: University of Art and Design, 2009. p. 54-57.

JABBOUR, C. J. C.; FREITAS, W.R.S. **Utilizando estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: boas práticas e sugestões**. Estudo e Debate.Lajeado, v. 18, n.2, p.07-22, 2011.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**.Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LÖBACH, B. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Edgarg Blucher, 2001. 206 p.

LUPTON, E.; MILLER, J.A. Deconstruction and Graphic Design: History meets Theory, in Visible Language, 228.4, ed. Andrew Blauvelt, Autumn 1994,p.352.

MARTONI, E. Entrevista. [nov. 2022]. Entrevistadora: Yasmin M. de Moura e Campos Fernandes. João Pessoa, 2022. 1 arquivo.mp3 (86 min). A entrevista na [íntegra encontra-se no apêndice A desta tese.

MAU, B. The producer as author. **Eye Magazine**, Londres, edição de inverno, n. 15, 1994. Disponível em: <https://www.eyemagazine.com/feature/article/the-producer-as-author>. Acesso em janeiro 2023

MAZZARELLA, F.; PERUCCIO, P. Self-production: a human centered design process: The sustainable future of self-production through a humanistic and participatory process. *In: INTERNATIONAL FORUM OF DESIGN AS A PROCESS*, n. 4. 2012. Proceedings [...] Barbacena: EdUEMG, 2014, p. 266-276.

MAZZARELLA, F. **Design Processes for Social Innovation**: critical analysis of worldwide approaches, from digital fabrication to artisans' communities. Torino, 2014. 354 p Dissertação (Ecodesign) - Politecnico de Torino, Torino, 2014.

MERMOZ, Gerard. The designer as Author: Reading the City of Signs – Istanbul revealed or mystified. *Design issues* vol. 22, n.2. 2006.

MINEIRO, E. F. **Experimentação em Design como estratégia no cenário da Autoprodução**. Tese (doutorado em design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, p. 201, 2016.

MOURA, M. Design contemporâneo: poéticas da diversidade no cotidiano. *In: FIORIN, E, LANDIM, PC, and LEOTE, RS., orgs. Arte-ciência: processos criativos [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015, pp. 61-80. Desafios contemporâneos collection. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/jhfsj/pdf/fiorin-9788579836244-05.pdf>*

MOURRIAUD, N. *Estética Relacional*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

MOZOTA, B. B. **Gestão de design**: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MUNARI, B. *Artista e designer*. Edições 70. Lisboa. 2015.

NUSSBAUM, B. **Creative intelligence**: harnessing the power to create, connect and inspire. Nova York: Harper business, 2013.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. The experience economy: past, present and future. *In: Handbook on the Experience Economy*. 2013 p. 21-44.

OSTROWER, F. **Criatividade e processos de criação**. Rio de Janeiro: Vozes, f. 94, 2001. 187 p.

PASCA, V.; TRAPANI, V. (org.) **Scenari del giovani design**: idee e progetti dall'europa e dal mondo. Milão: Lupetti. 2001.

PIRES, F. R. & Weymar, L. B. C. (2015). *História do Design Autoral*. [History of Authorial Design]. Pelotas: UFPel.

POYNOR, R. *Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo*. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ROCK, Michael. "The designer as author". Eye Magazine, Londres, vol.5, n.20, 1996. Disponível em: <https://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>. Acesso em março de 2023.

_____. Multiple Signatures: On designers, authors, readers and users. New York: Rizzoli International Publications, Inc. 2013.

ROSENDHAL, z. Espaço e religião: uma abordagem geográfica. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996. 92 p.

SANTI, M. A. **Mobiliário no Brasil**: origens da produção e da industrialização. São Paulo: Editora Senac. 2013.

SANTOS, A (Org.). **Seleção do método de pesquisa**: guia para pós-graduandos em design e áreas afins. Curitiba: Insight, 2018. 228 p.

SANTOS, M. C. L. **Móvel moderno no Brasil**. São Paulo: Senac, 2017.

STAKER, R. **The art of case study research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.

WEYMAR, L.B.C. Design entre aspas: indícios de autoria nas marcas da comunicação gráfica. 2010. 437 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: Planejamento e Métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE A – LEVANTAMENTO DESIGNERS



André Gurgel e Felipe Bezerra

Mula Preta
São Paulo

Fundado pelos designers André Gurgel e Felipe Bezerra em Natal, RN, o Mula Preta é uma homenagem à música “A moda da Mula Preta” de Luís Gonzaga. Apesar de utilizarem referência da cultura nordestina em alguns projetos, não se prendem a um tema e são versáteis nos usos de materiais. Possuem diversas premiações, como *IF Awards* e *A’Design Awards Milan*. A partir de 2020 passam atuar em São Paulo.

Início do empreendimento: 2012

Site: <https://mulapreta.com/>



Gaveteiro Sanfona – 2020



Bruno Andrade

Assis Studio
Piauí / São Paulo

O piauiense é arquiteto por formação. Funda em Teresina seu studio, que produz mobiliário e objetos que valorizam a matéria-prima, geralmente metal e aço. Busca referência da natureza e das paisagens do seu estado, assim como nas brincadeiras de sua infância. Atualmente o studio está em São Paulo.

Início do empreendimento: 2018

Perfil: <https://www.instagram.com/assisestudiocriativo>



Cadeira Vértice - 2022



Bruno Camarotti

Studio Camarotti
São Paulo

O arquiteto cearense tinha uma carreira bem sucedida quando resolveu que queria aprender marcenaria. Mudou-se para São Paulo e foi aluno de Morito Ebine, um dos 25 melhores marceneiros do mundo. Também estagiou no ateliê de Júlia Krantz. Trabalha com madeiras nobres e com técnicas de marcenaria tradicional, como encaixes. Venceu o prêmio Salão Design 2022.

Início do empreendimento: 2020

Site: <https://estudiocamarotti.com/>



Banco Tabuba - 2021



Caio Lobo

Caio Lobo
São Paulo

Pernambucano de Garanhuns e administrador por formação. Passou sua infância na loja de móveis de seus pais, o que acabou, anos depois, influenciando sua escolha em produzir peças de mobiliário. As primeiras peças foram feitas na oficina deles, com poucas ferramentas e com o auxílio de alguns funcionários. Seu trabalho busca explorar as texturas táteis e/ou visíveis dos materiais.

Início do empreendimento: 2012

Perfil: <https://www.instagram.com/caiolobo>



Cadeira Bissetriz – 2022



Érico Gondim

Érico Gondim Studio
Ceará

Designer e artista visual cearense, Érico Gondim é reconhecido pela experimentação, utilizando materiais inusitados e aplicando técnicas manuais para estruturá-los. É formado em Design pelo Centro de Design do Ceará, e possui mestrado em Design de Produto e Espaços pela *Kingston University*. Expôs seus produtos em feiras como a *London Design Fashion*, Bienal Brasileira de Design e Salão do Móvel de Milão.

Início do empreendimento: 2011

Site: <https://ericogondim.com.br/>



Cadeira Ivy - 2017



Fábio Melo

Fábio Melo Design
Goiás

Designer pernambucano, é formado em Desenho Industrial pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e estudou no Atelier Blaise Rossetti, em Paris. Por duas décadas trabalhou com publicidade, mas em 2016, em Goiânia, decidiu dedicar-se ao design de produto. A infância vivida em Caruaru é uma das principais fontes de inspiração para suas criações.

Início do empreendimento: 2016

Perfil: <https://www.instagram.com/fabiomelodesign>



Cadeira Sertão- 2019



Igor Sabá

Estúdio Sabá
Ceará

Formado em Design de Produto pelo Centro Universitário Belas Artes em 2018. Foi premiado por seus produtos durante sua trajetória acadêmica. Busca utilizar símbolos da cultura regional, como a folha de carnaúba na linha Ubá. Tem como inspiração o Cariri, cearense, onde nasceu e cresceu. Participou de diversos eventos nacionais, como MADE e Feira Rosenbaum.

Início do empreendimento: 2018

Site: <https://www.estudiosaba.com/>



Poltrona Ubá - 2018



Jaido Lima e Leandra

Studio Alfaia
Pernambuco e Rio de Janeiro

O Studio Alfaia tem nome inspirado no instrumento típico do Maracatu, parte importante da cultura de Pernambuco. Jaido Lima é designer de Interiores e especialista em Design pela Academia de Belas Artes em Cuneo, Itália. Leandra Fernandez é formada em Arquitetura e Urbanismo, e ao trabalhar com Jaido em uma empresa de móveis, firmaram parceria. Suas peças misturam referências da cultura nordestina, mas buscam por uma estética “atemporal”. Expuseram em eventos como a Fuori Saloni de 2019.

Início do empreendimento: 2018

Perfil: <https://www.facebook.com/studioalfaia/>



Poltrona Xiquexique - 2022



Klivisson Campelo e Edson Martone

Estudio Galho
Paraíba

Fundado em 2018 e localizado na Paraíba, o Estúdio Galho é formado por dois designers de produto, Klivisson Campelo e Edson Martone. Têm como proposta valorizar e explorar o regionalismo e a riqueza cultural brasileira, valorizando a dimensão semântica dos objetos e sua interação com o usuário. Expuseram seus trabalhos no Salão Internacional do Móvel em Milão e venceram o prêmio Casa e Jardim 2021.

Início do empreendimento: 2018

Perfil: <https://www.instagram.com/estudiogalho>



Revisteiro Burrego - 2020



Leo Ferreiro

Léo Ferreiro

Mobília que verve
Ceará

Formado em Design de Produto pelo Centro Universitário Belas Artes em 2018. Montou seu estúdio de design em 2020 na cidade de Fortaleza, onde desenvolve mobiliário autoral de forma independente. Busca referência na cultura cearense, do mar ao sertão, de trabalhos artesanais à construções arquitetônicas. Foi vencedor de prêmios nacionais e internacionais.

Início do empreendimento: 2018

Site: <https://www.instagram.com/leoferreiomobiliaqueverve/>



Cadeira Caré - 2021



Rafael Alencar

Rafael Studart Design Studio
Ceará / Canadá

Nascido em Fortaleza (1983), é arquiteto e designer, com graduação em Arquitetura e Urbanismo e pós-graduação em Design Gráfico. Depois de trabalhar com arquitetura e design de interiores, decide mudar a atuação para design de mobiliário e marcenaria, trabalhando na Tarugo Design. Posteriormente, cria seu próprio estúdio, aliando elementos da cultura popular, da arquitetura vernacular e do caos urbano. Participou de exposições e foi vencedor do Prêmio Salão Design 2020. Atualmente mora no Canadá.



Banco Peteca- 2020

Início do empreendimento: 2017

Site: <https://estudiocamarotti.com/>



Ramsés Marçal

Fogo Design
São Paulo

Nascido em 1976, o recifense estudou artes plásticas na Florence Academy, na Itália e Desenho Industrial na Faculdade de Belas Artes de São Paulo. Como designer, atuou em diversos setores da indústria, como montadoras automobilísticas e empresas de móveis. Atualmente dedica-se ao design de mobiliário.



Linha Açúcar - 2019

Início do empreendimento: 2017

Site: <https://www.instagram.com/fogodesign/>



Rodrigo Ambrósio

Rodrigo Ambrosio Studio
Alagoas

O alagoano é formado em arquitetura. Seu projeto de graduação 'foi um mobiliário urbano, Eira & Beira' foi finalista do 20º Prêmio Opera Prima, o que o incentivou a trilhar o caminho do design. Utiliza muiiitas referências da cultura nordestina em seu trabalho, mas não se limita a um tipo de material nem técnica de produção. Vai de peças artísticas como uma cadeira feita de rapadura, a móveis com aparência futurística, de peças trançadas artesanalmente ao reaproveitamento de produtos cotidianos.

Início do empreendimento: 2014

Perfil: <https://www.instagram.com/ambrosio/>



Banco Arapuca- 2014



Sérgio J. Matos

Studio Alfaia
Paraíba / São Paulo

Mato Grossense, mudou-se para Campina Grande na Paraíba para cursar Design de Produto. Encontra no estado uma fonte inesgotável de referências da cultura popular, que registra em acervos fotográficos. Por lá fundou seu estúdio, e desde então coleciona prêmios nacionais e internacionais, assim como participações em eventos e exposições. Uma marca de seu trabalho é a adoção de técnicas manuais na construção das peças.

Início do empreendimento: 2010

Site: <https://pt.sergiojmatos.com.br/>



Cadeira Cobra coral - 2016



Tavinho Camerino

Triady
Alagoas

A trajetória de Tavinho Camerino com o design de mobiliário começou em 2017, quando ainda estudava arquitetura. Começou sua produção com interesse em aliar as técnicas tradicionais do artesanato alagoano com inovações industriais. O designer mescla arte popular e a funcionalidade do design para criar produtos com a cara da cultura de seu estado e do Brasil. Exibiu suas peças no Salão Internacional do móvel em Milão em 2022.

Início do empreendimento: 2017

Perfil: <https://www.instagram.com/tavinhocamerino/>



Banco Ciça - 2021



Valter Costa Lima

Tetu Design
São Paulo

Nascido em Fortaleza, desde muito cedo absorveu a importância da identidade nacional e a valorização da cultura no ofício do design arquitetônico e de produto. Formado em arquitetura, encontrou-se no design de produtos. A fauna local costuma ser fonte de inspiração. O designer, que mudou-se recentemente para São Paulo, teve alguns de seus produtos expostos em ambientes da Casa Cor Ceará em 2021 e 2022.

Início do empreendimento: 2012

Site: <https://tetu.design/>



Cadeira Laje - 2022

APÊNDICE B – ROTEIRO PARA ENTREVISTA

ROTEIRO PARA ENTREVISTA

Para melhor entendimento dos temas e organização do pesquisador durante a execução da entrevista, foi feita a divisão do roteiro da entrevista em 3 grandes grupos, seguindo uma lógica que possibilite a obtenção de informações com base nos critérios estabelecidos nos objetivos, mas que podem apresentar perguntas que contemplem mais de uma categoria. Para cada grupo foi atribuída uma cor, e cada sessão conta com a lista de perguntas abertas e um guia para orientar o pesquisador, com palavras-chave e comentários para guiar a coleta de informações, uma vez que em questões abertas as respostas não estão no controle do entrevistador.



QUEM

Este bloco visa coletar informações que ajudem a compreender o perfil do designer autoprodutor de mobiliário contemporâneo.



POR QUÊ?

Objetiva-se compreender as motivações pela escolha da prática do design autoral no mobiliário e de empreender com a produção própria.



COMO?

Este bloco visa coletar informações a respeito da metodologia de trabalho dos designers, de sua organização projetual e todas as particularidades e atribuições que recaem sobre o designer enquanto autoprodutor, que englobam o projeto (**concepção**), a **produção** de artefatos, a **distribuição** e **comunicação**.

QUEM

PALAVRAS-CHAVE:

ORIGEM USO DE TECNOLOGIA FORMAÇÃO KNOW HOW
REFERÊNCIAS NO DESIGN

PROCEDIMENTO

Começar de maneira informal, pedir para que eles se apresente e de acordo com as respostas, direcionar para o que quero saber, seguindo a ordem:

- contextualizar a trajetória de vida até entrar no campo do design;
- sua relação com a tecnologia e *know how* artesanal, ou qualquer habilidade que se relacione com o processo de conceber/contruir/alterar um artefato;
- a transição da faculdade de design para o mercado de trabalho;

QUEM

ENTREVISTA:

INÍCIO: Apresentação, meu nome, pesquisa.

- 1 - Vocês podem se apresentar? Com nome, idade, cidade natal?
- 2 - Por que vocês decidiram fazer design de produto?
- 3 - Qual a experiência de vocês com a questão da «mão na massa»? Vocês faziam algum produto, consertavam brinquedos ou tinham experiência de conceber e construir algo manualmente?
- 4 - Vocês tinham acesso a computador e internet enquanto cresciam? como era a relação com as tecnologias que são necessárias enquanto aluno de design?
- 5 - Vocês acham que o curso de design preparou de maneira satisfatória para a atuação enquanto designer autoral e empreendedor?
- 4 - Quando surgiu o Galho e por que escolheram se fixar em João Pessoa?
Planejam continuar aqui?
- 5 - Quais os desafios de produzir no nordeste?

POR QUÊ?

PALAVRAS-CHAVE:

EMPREENDEDORISMO REFERÊNCIAS NO DESIGN ESCOLHA PELO MOBILIÁRIO

PROCEDIMENTO

Perguntas abertas e que podem ter respostas divergentes entre os dois entrevistados, certificar-se de obter a resposta completa dos dois.



POR QUÊ?

ENTREVISTA:

- 1 - Por que vocês decidiram trabalhar com móveis?
- 2 - Por que decidiram empreender?
- 3 - O que acham do design autoral?

COMO?

PALAVRAS-CHAVE:

USO DE TECNOLOGIA *KNOW HOW* ARTESANAL PROCESSO PRODUTIVO
GESTÃO AMBIENTE DE TRABALHO PRESENÇA DIGITAL (CIBERESPAÇO)
NETWORKING CLIENTE/PESQUISA/FEEDBACK DISTRIBUIÇÃO
EFEITOS DA PANDEMIA CRIATIVIDADE REFERÊNCIAS REGIONAIS
DESAFIOS DO EMPREENDEDOR: FATOR LOCAL?

PROCEDIMENTO

Este bloco é muito extenso, possui muitas variáveis e engloba muitas etapas do processo de atuação dos designers autoprodutores. Pode ser necessária a aplicação de um questionário com as questões mais técnicas de produção ou outras informações de interesse da pesquisa.

DISTRIBUIÇÃO

ENTREVISTA:

- 1 - Como era o processo de venda de vocês? E o que mudou para o sistema que trabalham agora?
- 2 - Como a pandemia do Covid 19 afetou o escoamento da produção e impactou o seu negócio?
- 2 - Para que regiões do Brasil vendem mais? O Galho tem público-alvo?
- 3 - Como se dá a venda internacional, há preparação para atuar nesse mercado?
- 4 - Parceria/representações é essencial para a distribuição dos produtos?

COMUNICAÇÃO

ENTREVISTA:

- 1 - Como é organizada a presença digital da marca? Perfis em redes sociais, sites de portfolio, lojas multimarcas e afins.
- 2 - Há uma organização para o gerenciamento desse aspecto? Ou uso de estratégias bem definidas?
- 3 - Há intenção de captar clientes na internet? (ciberespaço?)
- 4 - Fazem contato com clientes em potencial?
- 5 - Usa o ciberespaço para networking com lojas multimarcas e designers?
- 6 - Pesquisa de mercado?
- 7 - Feedback dos clientes/ público?
- 8 - Estratégias específicas para o mercado de mobiliário? Feiras, eventos, prêmios...

ANEXO A — Portfolio Estúdio Galho



galho®

Estúdio

Localizado em João Pessoa/PB, o Estúdio Galho é fruto da fusão entre raízes regionais nordestinas, Pernambuco e Paraíba. Formada por dois sócios e designers, Klivisson Campelo e Edson Martone, ambos apaixonados por design em toda sua dimensão. Tendo como proposta, valorizar e explorar o regionalismo e riqueza cultural brasileira.

O design minimalista e autêntico, que valoriza a dimensão semântica dos objetos e sua interação com o usuário, está estampado no DNA de nossos produtos, que assim como o brotar de folhas, flores e frutos, são sintetizados em produtos que levam consigo a simplicidade, a beleza e o despertar de memórias.



ga|ho

2020

Nossos Produtos

Mobiliário, iluminação, utensílios, decoração e outros. Todos cheios de amor e alma. Cada um com suas histórias, memórias, referências e inspirações. Enaltecendo as representações culturais e regionais brasileiras.



ga|ho | 2013, Curitiba, Paraná



Burrego

O produto, revisteiro e bar, usa da referência nordestina para homenagear um animal que tanto ajudou o homem na sua vida diária e no desenvolvimento socioeconômico dos sertanejos. O burro, também conhecido como jumento, jegue, jenico ou asno. Utilizado como animal de carga e meio de transporte, tornou-se o companheiro da luta diária dos habitantes do sertão nordestino.

Madeira, Metal e Couro
720 x 600 x 260 mm (a x l x p)

ga|ho



@notulogga|ho



Cocar

Esplendoroso adorno ancestral, carregado de significados, histórias e lutas, O Cocar é um item mais que emblemático dentro da cultura indígena brasileira. Sua confecção artesanal tem diferentes vertentes e configurações variáveis de tribo a tribo.

A Poltrona Cocar traduz de forma construtiva elementos do objeto inspirador em sua estrutura, trazendo as penas representadas por armações metálicas revestidas com corda náutica individualmente, dando a possibilidade de mesclagem de cores, e estrutura em alumínio remete ao uso de fibras vegetais e construções de ocas.

Alumínio e Corda Náutica
960 x 888 x 700 mm (a x l x p)

gajho + CARANHA



gajho | 2022 | Produto Coletivo



Corisco

A linha Corisco é inspirada nos trajes dos cangaceiros (adeptos do Cangaço, Movimento histórico no nordeste brasileiro). Eles usavam uma espécie de chapéu de couro com formato característico. Essa forma aparece no encosto da cadeira, assim como os detalhes em couro que remetem às roupas de seus adeptos.

Madeira e Sintético

Cadeira: 800 x 500 x 485 mm (a x l x p)

Mesa: 750 x 900 x 1700 mm (a x l x p)

gajho + MODOMORO



Detalhe para fixar acessórios



@nomadgajho

ga|ho

2012, 2013, 2014, 2015



Casú

O Balanço Casú traz a representação do invólucro filamentososo, capa protetora, construído arquitetonicamente por insetos, especialmente para o seu período de metamorfose: O casulo. O produto faz alusão a referência por meio da estrutura em formato de gota, onde a mesma é tramada fio a fio, representando a construção de um casulo. A estrutura é unida a um detalhe superior envolvido com couro, o qual representa o ponto de fixação do casulo ao caule de uma árvore.

Alumínio, Fibra ou Corda Náutica
1597 x 1065 x 1012 mm (a x l x p)

ga|ho - MESTREARTESAO



Casulo

@estudo.ganho



galho | 2022, Estúdio Galho



Seleiro



Inspirado na sela do sertanejo, adorno posto na cavalgadura do animal, o produto traz de forma minimalista, a brincadeira de se sentar e balançar, que assim como os cavalinhos de madeira, nos transportava, através do imaginário, a um cenário dinâmico, de Cavaleiros e amazonas desbravando o desconhecido e imersos na imprevisibilidade da criatividade infantil.

Abstraido através da forma básica da Sela, com linhas dinâmicas traduzidas em um contorno estrutural de madeira, onde o revestir do couro, costura e detalhes em trama, foram traduzidos por meio da palhinha indiana, ressaltando a ancestralidade e a tradição artesanal que abraça o objeto inspirador.



Madeira e Palha Indiana
645 x 430 x 540 mm (ja x l x pl)

galho • Estúdio Galho

gajho | 2012, Projeto Gajho



Girassol

O Balanço **Girassol** se entrelaça ao sol e à função biológica e estética da flor. Sua estrutura parte de linhas que forma o sol e seguem formando um fractal de pétalas, com liberdade de giro de 360°, unindo a parte central, representada pelo estofado em capitonê, que remetem às sementes localizadas no disco central da flor.

Alumínio e Corda Náutica
1150 x 1200 x 700 mm (a x l x p)

gajho + CABANHA



Girassol,
"Flor do Sol".



Sol



gajho | 2012, 2014, 2015



Casa na árvore

O mancebo casa na árvore, leva lembranças e versatilidade a ambientes despojados. Lembranças que nos fazem voltar no tempo, onde o sonho de quase toda criança era: ter uma casa na árvore.

Atrás do contexto semântico, o produto traz a tradução e a inspiração tanto estética, quanto funcional, onde a árvore que carrega em seus ramos folhas e frutos é traduzida em uma estrutura minimalista que oferece índices para pendurar peças de roupas e acessórios. A casa que comporta diversão e imaginação é traduzida em uma representação minimalista de uma casa capaz de comportar acessórios.

Madeira e Metal
1600 x 350 x 350 mm (a x l x p)

gajho



Porta objetos

Porta chaves



@estudogajho



Veleiro

A Chaise Veleiro faz alusão as embarcações que vemos no horizonte dos nossos litorais. Uma vela branca impulsionada pelo vento, que desliza sob a superfície brilhante do oceano, carregando sonhos e histórias.

Um mobiliário imponente, que traz conforto e tranquilidade ao usuário. Sua estrutura superior remete diretamente às velas de diferentes embarcações, propiciando sombra e proteção. A base é resultado da tradução visual dos barcos veleiros, onde a madeira representa o assoalho característico dessas

Alumínio, Madeira, Corda náutica e Lona
2500 x 2500 x 1430 mm (a x l x p)

gajho • CABANA





Cariri

Banco Cariri é uma síntese do cenário familiar sertanejo, que traz o lar de pessoas simples e felizes, representado nos elementos de um produto cheio de lembranças e significados. Cenário este, rodeado pela vegetação árida e animais nativos, onde pessoas compartilham em frente da sua moradia, sentadas sob um mobiliário, histórias, alegrias e lamentos, com um tom de diálogo que sempre encara com leveza a maioria das dificuldades e obstáculos.

Madeira, Metal e Couro

1750 x 1450 x 450 mm (a x l x p)

gajho • berro



ga|ho | DESIGN & CRIAÇÃO



Voar

O Balanço Voar tem como referência os pássaros, Viajantes alados que exibem cores exuberantes, cortando os céus das florestas brasileiras, em um bater de asas leve, ritmado e aerodinâmico, que impulsiona e revela o horizonte, se deslocando rapidamente pelo ar. O produto foi traduzido através do movimento do bater das asas, aos padrões de sobreposição de seus elementos formais, gerando uma peça única. Um balanço cheio de significado, que nos convida ao descanso e contemplação.

Madeira, Metal e Pedra Natural | Sintética
1200 x 1700 x 900 mm (a x l x p)

ga|ho • MANA



© 2014 ga|ho

ga|ho

2021, 2020, 2019



Circense

Durante o período de isolamento social, causado pela pandemia do COVID-19, a união de minimalismo com o desejo de balançar ao ar livre trouxe essa nostalgia. Imersiva pelas alturas do picadeiro, estabelecendo essa referência, por meio de uma única peça unida a um índice simples entrelaçado a forma mínima para se balançar.

O intuito de reviver essa experiência, foi trazer alegria e criar uma área de meditação, reflexão e descontração, dentro do espaço interno ou externo. Na sua parte inferior traz palavras gravadas que expressam o seu uso e dão uma visão mais leve de como levar a vida...

Madeira Cumaru e Corda
80 x 80 x 650 mm (a x l x p)

ga|ho

"Aproveite os momentos, a família,
o amor e a vida."

*aproveite os momentos,
o amor e a vida.*

@estudo|ga|ho



ga|ho

2012, Avenida Galvão



Nin

No alto da floresta, ávidos e minuciosos construtores trabalham incansavelmente em harmonia com o meio, são os chamados Pássaros Tecelões. Utilizam como matéria-prima pequenos filamentos de galhos, gramíneas, folhas e arbustos, construindo uma sublime arquitetura suspensa.

O balanço **Nin** faz alusão a essas construções aéreas que ficam fixadas nas extremidades dos galhos. Através de uma habilidade notável, os Pássaros Tecelões, transformam o cenário da natureza com a inserção dessas leves estruturas aéreas. O lar dentro do lar, a natureza modificando a si mesma, em completa e absoluta harmonia.

Alumínio, Madeira e Corda Náutica

Nin - 2300 x 1850 x 1530 mm (a x l x p)

ga|ho + CUBANA



gajho® | 2012, 2013, 2014, 2015

Linha
Folha

Por meio de um equilíbrio harmônico e poético, as folhas, além das suas funções biológicas, traz sua diversidade estética e formal, traduzidas de forma minimalista na composição dos elementos da "Linha Folhas". Composta por mobiliários visualmente leves, que trazem na essência do seu desenho, a beleza e o primor da espontaneidade criativa da flora.

Alumínio, Madeira e Corda Náutica

Nin - 2300 x 1850 x 1530 mm (a x l x p)
 Poltrona - 560 x 540 x 540 mm (a x l x p)
 Balanço - 560 x 540 x 540 mm (a x l x p)

gajho + CABARETA

Balanço Folha

Poltrona Folha

7221

@estudio.gajho



Bigu

O banco Bigu remete a forma de transporte utilizada por décadas pelo sertanejo: seja em viagens locais ou regionais. Nesses deslocamentos, um veículo em especial representa um dos aspectos visuais mais tradicionais do interior, denominado "Pau de arara". O veículo consiste em uma adaptação de caminhões de carga, onde ripas de madeiras são adicionadas em sua carroceria, possibilitando o transporte de passageiros. Somam-se às ripas ornamentações feitas artesanalmente que trazem consigo a personalidade e riqueza visual, através de variações cromáticas, grafismos e elementos icônicos que ressaltam o estilo e os traços fortes de uma cultura.

Madeira e Metal

Banco - 428 x 350 x 350 mm (a x l x p)

Banqueta - 620 x 350 x 350 mm (a x l x p)

Banco Duplo - 428 x 1000 x 350 mm (a x l x p)

ga|ho

gajho | 2022 | www.gajho.com.br



Oká

O balanço Oká nasce do lar do conhecimento e coletivismo, de histórias e da ancestralidade brasileira. O produto faz referência às estruturas erguidas pelos indígenas em meio à majestosa floresta, por meio de idas e vindas de fibras naturais que fortalecem, entrelaçam e definem uma silhueta característica.

Um mobiliário de área externa/interna, versátil e cheio de conforto. Possui a versão Chaise, balanço e para pet. Sua construção e estruturas remetem às configurações construtivas utilizadas pelos indígenas, sendo revestido por corda náutica em amarração característica, com extremidades livres, referenciando o calamento das fibras na OCA.



Alumínio, Madeira e Corda Náutica

Oká - 1590 x 1700 x 1700 mm (a x l x p)

Oká Mini - 560 x 540 x 540 mm (a x l x p)

gajho + CABANNA



@gajhobrasil



Cafuçu



Inspirada no bloco carnavalesco da cidade de João Pessoa - PB, denominado "Cafuçu", onde os foliões adeptos do estilo usam e abusam da mistura de cores, materiais e texturas, numa sátira, muito bem-humorada, ao modo "brega" de se vestir.

A linha Cafuçu transforma esse conceito regional da diversidade de cores e raças, por meio da versatilidade e adaptabilidade a qualquer meio. Essa verdadeira aquarela brasileira norteia as aplicações cromáticas no produto, em relações harmônicas que transitam na complementariedade.

Madeira e Metal

Banquinho - 240 x 400 x 400 mm (a x l x p)

Banco - 450 x 400 x 400 mm (a x l x p)

Banqueta - 660 x 400 x 400 mm (a x l x p)

Banco Duplo - 990 x 400 x 400 mm (a x l x p)

gajho



galho | 100% Sustentável



Chico

O Balaço Chico traz consigo uma das mais ricas referências nordestinas: O Rio São Francisco, 'Velho Chico', ou "Chico", serviu como principal inspiração na concepção desta peça, representando o imaginário local, onde navegantes e pescadores desenham seu percurso no maior rio nacional: rio este que traz vida a uma região seca, que dá o peixe ao pescador, que transporta e transforma. Símbolo de grandiosidade e esperança para o nordestino. Recheado de cultura, tradição, lendas e mistérios, esse é o velho, gigante e simpático CHICO.

O produto apresenta, em sua estrutura, a tradução formal de uma embarcação. A madeira, como complementação, simboliza o material de confecção das barcas. Por fim, tem-se o balaço, o qual se une à trama de tricô que faz alusão às redes de pesca, bem como às ondulações das águas do rio.

"Eu naveguei num rio que parecia mar..."
- Juli de Marilouren

Alumínio, Corda Náutica, Madeira e Tricô
480 x 2685 x 860 mm (a x l x p)

galho + LOVATO



@estudiogalho

gajho | 2011, 2012, 2013, 2014



Conchego

"Recepção, apoio físico próximo a alguém ou algo, abraço." O sofá Conchego traz a forma e a linguagem semântica de um abraço, um acolhimento representada por seu encosto junto com o conforto de sua angulação e estofamento.

Madeira e estofado

Poltrona: 740 x 900 x 740 mm (a x l x p)

Sofá: 740 x 1900 x 740 mm (a x l x p)

gajho + MODOMORO



@modomoro

gajho® | 2012, Avenida Galvão



Vaqueiro

In their leather garments, stories of strength and resistance. The sertanejo knight who rips the caatinga with remarkable dexterity, between paths and thorns. The cowboy is one of the most emblematic figures in the Northeastern scenario, a symbol of the struggle of the rural man, of life in arid regions, of the innate force that moves an entire people.

This figure inspired the creative process of Banco Vaqueiro. Furniture that carries elements and materials present in the clothes and accessories (hat) of this individual of great importance in the Northeastern / Brazilian cultural universe.

Wood, Metal and Leather

470 x 400 x 400 mm (a x l x p)

gajho • berra

The product can be used as a bench or side table. This multifunctionality is only possible because of its seat, equipped with recesses at the bottom and top. In this way, it is possible to fit the upholstered part up or down.



gajho.com.br

gajho | 2023, Estrutura Galvão



Trempe

A linha Trempe busca valorizar os elementos naturais brasileiros contidos em sua composição, como pedras e madeiras, ambas de reuso. Sua referência formal e estrutural se baseia nas estruturas metálicas formadas por três pés que auxiliavam o fogo à lenha no passado, que servia de apoio para utensílios de ferro. Seu design minimalista e contemporâneo se compõe por meio do contraste dos materiais aplicados e sua simplicidade formal, que possibilita a harmonização e o equilíbrio em diversos tipos de ambientes.

Madeira, Metal e Pedra Natural | Sintética
780 x 720 x 620 mm (a x l x p)

gajho + artepedas



@artepedas



Badok

A luminária BADOK desperta lembranças da nossa infância, tendo como inspiração o brinquedo infantil artesanal conhecido em regiões brasileiras por badoque, bodoque, estilingue, balinheira, atiradeira, entre outros sinônimos. Originalmente, o mesmo é reconhecido por conter um galho bifurcado em forma de "Y", que possui elásticos presos em suas extremidades, contendo em seu centro uma peça em couro, local no qual é posicionado o projétil para ser arremessado.

A partir desses referenciais, a BADOK resultou em uma luminária de mesa com um design cômico, atemporal e minimalista, ideal para ambientes descontraídos e espontâneos.

Madeira, Metal e Couro

456 x 286 x 123 mm (a x l x p)

galho





linha

Farol

A linha Farol faz referência às torres cônicas construídas junto às costas litorâneas, que iluminam o oceano por meio de um fecho de luz, orientando e direcionando os navegantes durante a noite.

Sua estrutura leve e alongada remete à forma icônica do farol, que é complementada pela cúpula, tramada em corda náutica, onde através do eixo de madeira pode ter seu foco de luz angulado, remetendo diretamente ao farol.

Alumínio, Madeira e Corda náutica

Pendente 285 x 316 x 220 mm (a x l x p)

P 1090 x 345 x 345 mm (a x l x p)

M 660 x 450 x 450 mm (a x l x p)

gajho • CASARINA



gajho® | 2012, Avenida Galvão



Gonzaga

Os dedos ágeis e habilidosos do cantor e compositor brasileiro e nordestino conhecido popularmente por Luiz Gonzaga, conduzem e operam magistralmente seu fole (sanfona). A partir dessa figura lendária da música popular brasileira e nordestina, surgiu a homenagem e a inspiração para o conjunto denominado "Gonzaga". Um conjunto de porta-copos que remete ao instrumento musical utilizado pelo Rei do Baião:

Madeira e Pedra Natural ou Sintética
112 x 114 x 152 mm (a x l x p)

gajho + artpedra

"Quero ver tu remechendo
Resfulegi da sanfona
Inêz que o sai fual..."
Vem morar - Luiz Gonzaga

@estudogajho



gajho | 2022 Trends Color



Ilhas

Fruto da furiosa atividade geológica que brota das profundezas à superfície, fazendo surgir, onde antes nada havia, um ponto de terra firme de variável forma e relevo característico, denominada ILHA. Sua aleatoriedade formal nos inspirou no processo de concepção da coleção ILHA. Conjunto de tábuas de frisos que mesclam madeira e pedra, vegetal e mineral, tal qual a referência de base.

Madeira e Pedra Natural ou Sintética

P - 300 x 150 x 20 mm (a x l x p)

M - 400 x 180 x 20 mm (a x l x p)

G - 500 x 200 x 20 mm (l x p x a)

gajho + artepedas



@artepedas

galho | 01022 Madeira Galho

Xiloteca

Xiloteca é inspirada em balanças utilizadas em feiras regionais, trazendo consigo memórias traduzidas em madeiras brasileiras de reuso, representadas por gradação através das suas tonalidades e durezas. Uma pequena amostra das ricas variedades de madeiras nacionais, classificadas por meio da gradação, através das suas tonalidades que vão da mais clara (menos densas) às mais escuras (mais pesadas).

Cerâmica e Madeira

130 x 250 x 250 mm (a x l x p)

galho



@xilotecagalho

Matriona



O conjunto de vasos MATRIONA, que se encaixam entre si, transportam a ideia intrínseca de maternidade e fertilidade, ao processo de crescimento da planta, unindo a valorização territorial por meio da cerâmica de barro confeccionada artesanalmente com o diferencial da função de auto irrigação por capilaridade, se tornando ideal para pequenos

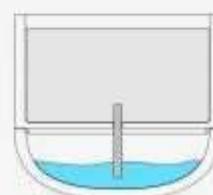
Cerâmica

P 120 x 120 x 120 mm (a x l x p)

M 150 x 150 x 150 mm (a x l x p)

G 180 x 180 x 180 mm (a x l x p)

gajho



Auto irrigação por capilaridade.



galho | WOOD Furniture Culture



Peteca

O vaso faz alusão a um artefato esportivo de origem indígena brasileira: A Peteca. O artefato possui uma base que concentra a maior parte de seu peso e sua extensão feitas por penas naturais, com objetivo de dar equilíbrio ou orientar sua trajetória no ar quando arremessada. Essa dinâmica é traduzida na base do produto, onde possui o movimento oscilatório com extensão onde trocamos penas por flores.



Movimento oscilatório

Cerâmica
180 x 160 x 160 mm (a x l x p)
galho



ga|ho | 00022 - Casinha de Galo



Casebre

Habilidosos construtores arquitetam de forma magistral os seus novos lares, por meio de fibras e elementos naturais, tecem a estrutura suspensa que sustenta sua história. Inspirado pela arquitetura do pássaro tecelão, o Casebre traz consigo toda magia literal de uma casinha na árvore feita em madeira e estrutura recoberta por macramê, denominada de playground, O que torna o produto um objeto de decoração que apresenta integração direta com a natureza, ao passo que se mostra um lugar convidativo para os passarinhos.

Madeira ou Cerâmica, Aço Inox e Corda Náutica
330 x 170 x 140 mm (a x l x p)

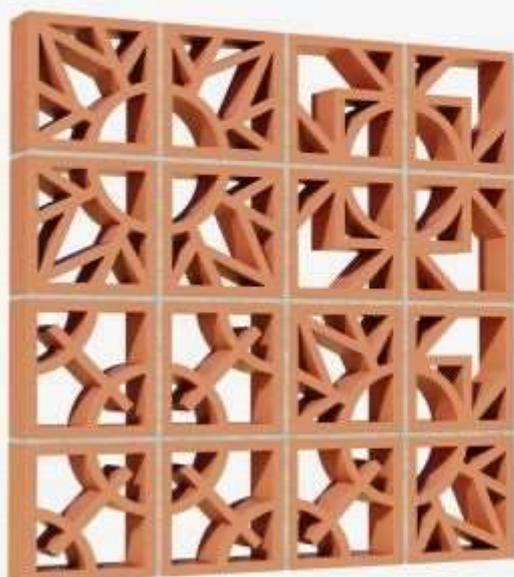
ga|ho • *Não de Nós*



Cúpula em cerâmica
ou madeira.



linha
Sertão



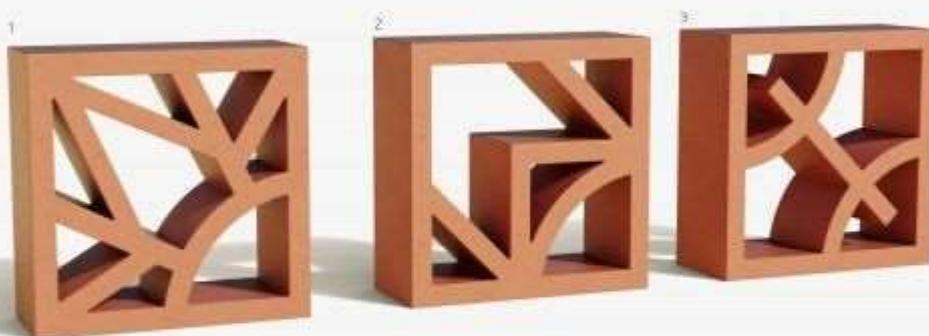
A linha sertão traz três cobogós que se conectam entre si com um olhar que vai do macro ao micro, explorando as características da região nordestina, onde o sol escaldante do nascente tinge o ambiente de tons quentes no poente, da vegetação predominante e resistente, ao rico festejo junino que encanta tanta gente. A linha traz como inspiração, uma representação singular e modular, desse rico cenário nordestino.

1. Poente | 2. Junino | 3. Cariri

Cerâmica

240 x 240 x 90 mm (a x l x p)

ga|ho • ebi



galho | 00027 Favela Galho

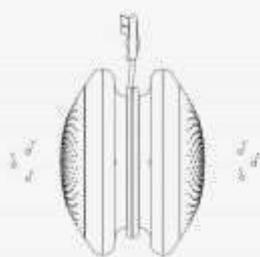
...

loio

O **loio** é uma caixinha de som via bluetooth, que faz voltarmos no tempo, através de lembranças de um brinquedo icônico de formato e movimento peculiar, que conquistou e conquista várias gerações.

Impressão 3D, Madeira e Sintético
160 x 160 x 120 (a x l x p)

galho



Som bilateral



@favelagalho

estúdio galho®

100% PESSOAL BRASILEIRA

contato@estudiogalho.com.br

estudiogalho.com.br

@estudiogalho

+55 (83) 996245521 - Klivsson Campelo

+55 (83) 996470979 - Edson Martone

ANEXO B — Edital de seleção Villa Sanhauá



PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA
SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO SOCIAL - SEMHAB

EDITAL DE SELEÇÃO Nº 01/2018

O MUNICÍPIO DE JOÃO PESSOA, por meio da Secretaria Municipal de Habitação Social - SEMHAB, torna público aos interessados que realizará processo seletivo para formação de cadastro de reserva de pessoas jurídicas para o **PROJETO VILLA SANHAUÁ**, nos termos deste edital.

O edital com seus anexos será disponibilizado no Semanário Oficial do município e estará à disposição dos interessados na Secretaria Municipal de Habitação Social, situada na Avenida Engenheiro Leonardo Arcoverde, 121, Jaguaribe, João Pessoa, Paraíba, no período de **01/11/2018 à 01/12/2018**, das 08:00h às 17:00h, local em que serão realizadas as inscrições, bem como será disponibilizado no site da Prefeitura Municipal de João Pessoa.

1. DO OBJETO:

1.1. Constitui objeto do presente edital a inscrição de interessados para **formação de cadastro de reserva** para as unidades comerciais inseridas no Projeto Villa Sanhauá.

1.2. O presente edital cria os critérios e procedimentos, em conformidade com a Lei Municipal nº 13.016, de abril de 2015, Lei 12.424, de 16 de junho de 2011, Decreto nº 7.499, de 16 de junho de 2011, Lei 8.666/93, Lei Complementar Municipal nº 02 de 17 de dezembro de 1991 (Código Tributário Municipal), Lei Municipal nº 6.232 de 29 de dezembro de 1989, e demais legislações vigentes, para seleção de beneficiários, no âmbito do Projeto Municipal denominado Villa Sanhauá, com vistas à permissão onerosa à título precário dos bens públicos municipais **localizados no Setor nº 23, Quadra 59, Lote nº 87, nº 01, da Rua João Suassuna, Varadouro, Centro Histórico, João Pessoa/PB**, distribuídos da seguinte forma:

1.2.1. 06 (seis) unidades para fins comerciais, prioritariamente, nos ramos de alimentos e bebidas, do turismo e de atividades culturais, artesanais ou que promovam a valorização dos elementos típicos do Nordeste (imóveis nº 101 a 106), situadas Avenida João Suassuna, Varadouro, destinadas às pessoas jurídicas com ou sem fins lucrativos, que receberão a permissão de uso onerosa, pelo prazo de 01 (um) ano, podendo ser prorrogado, de acordo com o interesse da Administração.

1.3. As inscrições e habilitações no cadastro do Projeto Villa Sanhauá não garantem a permissão de uso dos imóveis, devendo ser submetidas à análise de mérito, por meio de critérios públicos e imparciais, previstos nesse edital e no seu anexo, respeitando-se a ordem de classificação, bem como ficando sujeitas à disponibilidade de unidades oferecidas neste edital.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA
SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO SOCIAL - SEMHAB**

1.4. As inscrições serão válidas pelo prazo de 12 (doze) meses, admitida a prorrogação por igual prazo.

1.5. O candidato só poderá realizar uma única inscrição, sendo vedada a cessão de mais de uma unidade ao mesmo candidato. Em caso de apresentação de inscrição em mais de uma unidade, a Comissão deverá considerar apenas a primeira proposta.

1.6. A distribuição das unidades comerciais e suas respectivas áreas constam nas plantas e demais documentos em anexo a este edital. O projeto arquitetônico estará disponível na Secretaria Municipal de Habitação Social para consulta dos interessados.

2. DAS INSCRIÇÕES:

2.1. Requisitos obrigatórios:

- a)** Comprovação de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) como pessoa jurídica, com ou sem fins lucrativos;
- b)** Comprovação de atuação comercial no Município de João Pessoa, há, no mínimo, 12 (doze) meses;
- c)** Constituídas sob as leis brasileiras;
- d)** Não ser cessionário de outro bem público municipal relacionado com a atuação comercial;
- e)** Não possuir débitos perante a Fazenda Municipal.

2.2. É vedada a participação de servidor público do Município de João Pessoa da administração direta e indireta, bem como seus respectivos cônjuges, companheiros e parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, bem como sócio ou representante de entidade candidata.

3. DOS DOCUMENTOS OBRIGATÓRIOS PARA CADASTRO:

3.1. No caso das pessoas jurídicas que estiverem concorrendo às unidades comerciais dos imóveis nº 101 a 106, no ato da inscrição, os interessados deverão apresentar, obrigatoriamente, original e cópia dos seguintes documentos:

- a)** Documento comprobatório de inscrição regular no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b)** RG e CPF do representante legal da entidade;



PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA
SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO SOCIAL - SEMHAB

- c) Comproventes de atuação comercial no Município de João Pessoa, comprovado através do objeto indicado no Estatuto ou Contrato Social, bem como declaração ou outros instrumentos congêneres, atestando tempo mínimo de atuação de 12 (doze) meses anteriores a inscrição no presente edital;
- d) Certidão negativa de débitos municipais.

4. DOS VALORES REFERENTES À TAXA DE OCUPAÇÃO DE ÁREAS PÚBLICAS

4.1. Por tratar-se de cessão de uso onerosa de bens públicos municipais, sujeita-se o (a) cessionário (a) ao pagamento da Taxas de Ocupação de áreas públicas, que serão cobradas mensalmente, com fulcro na Lei Complementar Municipal nº 02 de 17 de dezembro de 1991 (Código Tributário Municipal), na Lei Municipal nº 6.232 de 29 de dezembro de 1989, e demais legislações vigentes, bem como ao pagamento de Alvará de Funcionamento. O pagamento da referida taxa deverá ser realizado até o dia 30 de cada mês.

5. DA SELEÇÃO

Os projetos passarão por duas etapas de avaliação: habilitação e análise de mérito.

5.1. A etapa de habilitação, com caráter eliminatório, consistirá na verificação do cumprimento de todas as exigências constantes no presente edital, devendo a Comissão diligenciar quanto aos documentos apresentados pelos candidatos.

5.2. Os documentos apresentados serão avaliados pela Comissão de Seleção constituída pela Secretaria Municipal de Habitação Social (SEM HAB), devendo constar entre os membros dessa equipe, pelo menos, um integrante da Secretaria de Desenvolvimento Urbano – SEDURB.

5.3. Os documentos serão analisados considerando o ranking da pontuação dos critérios de seleção constantes no ANEXO II.

6. DO RESULTADO

6.1. Os resultados da fase de habilitação e mérito, bem como dos eventuais recursos e/ou impugnações serão afixados no mural de comunicação da SEMHAB, para que seja dado ciência a todos os interessados e publicados no Semanário Oficial do Município.

6.2. Será de 05 (cinco) dias úteis o prazo para interposição de eventuais recursos da fase de habitação e de mérito. Os recursos deverão ser protocolizados na Secretaria Municipal de Habitação Social – SEMHAB.



PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA
SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO SOCIAL - SEMHAB

6.3 - Os selecionados constantes na lista final, dentro da ordem de classificação e disponibilidade, serão convocados pela Prefeitura Municipal de João Pessoa para a assinatura dos termos de permissão de uso oneroso (imóveis nº 101 a 106), perante a Secretaria de Desenvolvimento Urbano (SEDURB).

7. DO PROCESSO DE SELEÇÃO E PONTUAÇÃO DOS CANDIDATOS:

7.1 Critérios de seleção e pontuação:

Serão, preferencialmente, selecionados, os candidatos que obtiverem o maior número de pontos dentre os critérios estabelecidos no ANEXO II, deste edital.

8. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

8.1. Consta no ANEXO I o formulário de inscrição para as unidades comerciais (pessoas jurídicas).

8.2. A ordem de comparecimento para inscrição, dentro do prazo fixado, não influenciará na classificação do candidato.

8.3. Não serão cobradas quaisquer taxas ou emolumentos por ocasião da inscrição.

8.4. As vagas dos titulares desclassificados, desistentes e/ou incompatíveis serão repassadas automaticamente para os candidatos habilitados seguindo a ordem de classificação.

8.5. Os candidatos deverão manter durante toda a cessão os requisitos de habilitação utilizados neste edital.

8.6. Em caso de empate a Comissão de Seleção deverá obedecer a ordem hierárquica e decrescente estabelecida no ANEXO II. Persistindo o empate entre proponentes, a Comissão publicará a data em que realizará um sorteio, na presença dos interessados, sendo a data e o local do sorteio previamente divulgados no Semanário Oficial do Município de João Pessoa.

8.7. A definição da unidade será realizada respeitando a pontuação dos candidatos em ordem decrescente, podendo, em caso de vacância, o maior pontuado ceder a vez ao candidato seguinte, sem perder sua colocação.

8.8. Os casos omissos neste edital serão resolvidos pela Secretaria Municipal de Habitação Social – SEMHAB.



PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA
SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO SOCIAL - SEMHAB

8.9. Fica eleito o foro do Município de João Pessoa para dirimir quaisquer questões oriundas deste certame.

João Pessoa, ____ de _____ de 2018.

Michelle Belmont Costa Caiaffo Almeida
Presidente

Lara Melo Leal
Membro titular

José Ailton Ribeiro da Silva Júnior
Membro titular





PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA
SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO SOCIAL - SEMHAB

ANEXO I

FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO – PROJETO VILLA SANHAUÁ

PESSOA JURÍDICA – UNIDADES COMERCIAIS	
CNPJ nº	
Nome do representante legal:	
CPF nº	
Endereço:	
Tempo de atuação na cidade de João Pessoa/PB:	
Em que ramo exerce a atividade:	
Há quanto tempo realiza a atividade acima descrita:	
Renda familiar mensal:	
Telefone de contato:	E-mail:
Declaro não ser cessionário de outro bem público municipal relacionado com a atuação comercial:	
SIM <input type="checkbox"/> NÃO <input type="checkbox"/>	
Declaro não possuir débitos perante a Fazenda Municipal: SIM <input type="checkbox"/> NÃO <input type="checkbox"/>	





PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA
SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO SOCIAL - SEMHAB

ANEXO II

CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

UNIDADES COMERCIAIS

A seleção para formação de cadastro de reserva das unidades nº 101 a 106 destinadas ao uso comercial, voltadas prioritariamente para os ramos de alimentos, turismo e atividades culturais, artesanais ou que promovam a valorização dos elementos típicos do Nordeste, serão realizadas de acordo com o ranking da pontuação abaixo:

CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Comprovação de atuação comercial, nos termos do Edital	1 ponto a cada ano, limitado à 05 pontos	5,00
Plano de negócio, acompanhado de documentos comprobatórios quando disponíveis.	A comissão atribuirá pontuação de 1 a 10	10,00
Comprovação do local de trabalho/residência em um raio de até 1.000 metros das unidades concorridas.	5,00	5,00
		20,00



ANEXO C — Termos de autorização

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Eu EDSON MARTINE HEURIQUE VIEIRA, CPF [REDACTED]
RG [REDACTED], depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa da pesquisa intitulada “**A autoprodução no design de mobiliário contemporâneo brasileiro**”, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, a pesquisadora Yasmin Mariani de Moura e Campos Fernandes a realizar as fotos/filmagem que se façam necessárias sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos/imagens (seus respectivos negativos) e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor dos pesquisadores da pesquisa, acima especificados, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei N.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto N.º 3.298/1999, alterado pelo Decreto N.º 5.296/2004).

João Pessoa, 30 de novembro de 2022.

[REDACTED]
Participante da Pesquisa

[REDACTED]
Pesquisador responsável

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Eu *Kassim Mariani Campos de Sá*, CPF 
RG , depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa da pesquisa intitulada “**A autoprodução no design de mobiliário contemporâneo brasileiro**”, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, a pesquisadora Yasmin Mariani de Moura e Campos Fernandes a realizar as fotos/filmagem que se façam necessárias sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos/imagens (seus respectivos negativos) e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor dos pesquisadores da pesquisa, acima especificados, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei N.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto N.º 3.298/1999, alterado pelo Decreto N.º 5.296/2004).

João Pessoa, 30 de novembro de 2022.


Participante da Pesquisa


Pesquisador responsável