

Atuação do Design Estratégico junto aos saberes artesanais

Taís Balbinot (tbalbinot1@ucs.br)

Acadêmica do curso de Design¹

Universidade de Caxias do Sul, Campus Universitário da Região dos Vinhedos (CARVI).

Resumo: Sob a ótica do design, a exploração de um determinado território propõe o desenvolvimento local, gerando valor para o espaço. Em se tratando de pequenos municípios do Rio Grande do Sul, o design tem a oportunidade de atuar estrategicamente permitindo o desenvolvimento dos mesmos por meio da integração de manufaturas e técnicas artesanais. Neste contexto, o presente artigo tem como tema central a atuação, por meio do design estratégico, na integração de manufaturas ou técnicas artesanais de pequenos municípios do Rio Grande do Sul, explorando contemporaneamente suas potencialidades produtivas frente a necessidade de novos negócios nestas regiões, e a oportunidade mercadológica adversa a produção seriada da industrialização. O objetivo deste projeto é apresentar um estudo que aborda o design estratégico, a relação histórica do design com o artesanato, e modelos de atuação da disciplina em arranjos produtivos empresariais, artesanais e de viés autoral. A identificação e a contextualização de potenciais artesãos, tendências e perspectivas de consumo, também são contempladas. Como contribuição, o modelo de negócio proposto contempla identidade visual, coleção de mobiliário para residências, embalagens, sugestão de ponto de venda e comunicação.

Palavras-chave: design, artesanato, estratégia, pequenos municípios.

Abstract: From the perspective of design, the operation of a particular territory proposed local development, creating value for the environment. In this context, this article is focused on the performance through the strategic design, integration of craft manufacturing or techniques of small towns in Rio Grande do Sul, exploring contemporaneously its productive potential across the need for new business in these regions, and adverse market opportunity, the mass production of industrialization. The objective of this project is to present a study that addresses the strategic design, the historical relationship of design with the authorial bias crafts. The identification and contextualization of potential craftsmen, trends and prospects for consumption are also contemplated. As a contribution, the proposed business model includes visual identity, furniture collection for residences, packaging, point of sale and communication suggestion.

Keywords: design, crafts, strategy, small towns.

1. INTRODUÇÃO

Sob a ótica do design, a exploração de um determinado território propõe o desenvolvimento local, gerando valor para o espaço. Em se tratando de pequenos municípios do Rio Grande do Sul, o design tem a oportunidade de atuar estrategicamente permitindo o desenvolvimento dos mesmos por meio da integração de manufaturas e técnicas artesanais. Estas pequenas regiões apresentam uma economia fortemente fundamentada no setor primário da agricultura, de modo que anseiam por novas oportunidades de negócios que possibilitem utilizar mão de obra disponível no local. Apresentando diversificadas soluções construtivas, a intermediação do design permite a potencialização e agregação de valor às produções, colaborando com o município e delineando exclusividade à cada peça.

Ao mesmo tempo, a sociedade pós-industrial desafia os segmentos mercadológicos a buscar a diferenciação e a inovação por meio de produtos e serviços que lhe proporcionem mais qualidade de vida no seu cotidiano. A exclusividade e história das atividades manuais vislumbra uma aproximação com este mercado, propondo uma pausa para a contemplação do natural, Al-Assal [1], diretor da Agência Voltage explica em entrevista concedida para o site Revista Exame, que “o consumidor está buscando uma vida com menos estresse e estímulos”.

2. FUNDAMENTAÇÃO

O complexo pensamento pós-moderno declina as racionalidades que se concretizaram na era industrial, influenciando de maneira geral as diferentes áreas do saber. As consequências científicas, tecnológicas, formativas e sociais frente a nova abordagem da disciplina do design, foram classificadas por Maldonado [2], em seu livro Design Industrial, como design frio - associado aos modelos

fechados de design industrial da primeira metade do século XX – e design quente – relacionado às correntes desencadeadas a partir dos anos 60 em que valorizavam formas de produção artísticas e artesanais.

De acordo com Krippendorff [3], a sequência de movimentos adversos à linearidade dos sistemas fechados ganhou forças e libertaram o design da indústria, consentindo sua capacidade aberta de agregar valores semânticos aos objetos e de aplicar suas habilidades comunicativas. Sob esta perspectiva, o design assume um caráter muito mais participativo, estabelecendo canais de comunicação entre assuntos tangíveis e intangíveis, levando razões e conteúdo que se distinguem em um mercado saturado de mercadorias.

Manzini e Vezzoli [4] complementam que o design contemporâneo deve projetar a integração e a articulação entre produtos, identidade visual, serviços e comunicação de uma empresa, ou seja, seu sistema produto-serviço. Através destas competências, o design, em seu nível estratégico, atua como o elo entre as empresas e a sociedade. Esta relação entre produtos e consumidores está relacionada, segundo Zurlo (*apud* [5]), com a busca de valores subjetivos que provocam emoções, e que ultrapassam a fronteira do simples consumo. O olhar interdisciplinar do design estratégico estimula novas soluções sociais para pequenos municípios do Rio Grande do Sul de modo que a coletividade atue no processo de criação de valor, mudando o foco da forma do produto para um conjunto de fatores a serem articulados.

Desde que o homem criou seu primeiro instrumento em pedra lascada, a produção manual foi a única maneira de construir o que precisava. O desenvolvimento de ferramentas e habilidades, desencadeou em milênios seguintes o surgimento do profissional artesão, responsável pela criação e execução das peças. No século XVIII, a Revolução Industrial iniciada na Inglaterra infringiu as leis vigentes e substituiu os teares manuais pela produção mecanizada, de

¹ Artigo referente a Trabalho de Conclusão de Curso, orientado pela Prfa.Ms.Silvana Fehn Bastianello.

forma que, segundo Schneider [6], antigos camponeses e artesãos transformaram-se em uma classe social de trabalhadores assalariados operando aparelhos e máquinas.

A produção em série, oriunda desta revolução, denigriu drasticamente a qualidade dos produtos, desencadeando uma série de movimentos reformistas que defendiam a naturalidade das peças, o convívio e a colaboração entre artistas e artífices, em busca do resgate e preservação das técnicas manuais [6]. Ainda de acordo com Schneider [6], os movimentos radicais ao funcionalismo ganharam força a partir de 1960 em todo o território mundial. Atribuindo características comunicativas e expressivas às produções, temas relacionados às funções emocionais e simbólicas tornaram-se o centro das atenções. É neste mesmo período que a multiculturalidade brasileira, através de suas distintas histórias, povos e materiais, torna o território nacional extremamente favorável a atuações de design. Nos últimos quinze anos, estas oportunidades estão sendo aproveitadas por meio de iniciativas que promovem encontros entre design e produções nacionais. Organizando Arranjos Produtivos Locais (APLs) ou associações, muitos designers propõem negócios estratégicos que promovem materiais e técnicas locais, através de uma relação de troca de conhecimentos.

Segundo o Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) [7], um APL corresponde a uma aglomeração de empresas em um mesmo território, que apresentam especialidades produtivas comuns, e que mantêm um vínculo de interação, cooperação e aprendizagem entre si e entre outros atores locais. Diversos APLs são criados e/ou conduzidos por profissionais da área de design, que através de metodologias específicas identificam oportunidades de atuação nestas áreas e propõem o desenvolvimento de um projeto. A atuação do designer como articulador, sugere a troca mútua de conhecimentos, a exemplo de Dijon de Moraes que atuou em três APLs brasileiros atualmente ativos: Coleção Ubá Móveis de Minas, Projeto Goiânia Design, e Oficina de Design – Móveis do Oeste de Santa Catarina. Nestas atuações, Moraes [8] orienta-se pelas premissas de que sejam utilizadas somente matérias-primas existentes nas micro e pequenas empresas participantes, que não sejam adquiridos maquinários e ferramentas que inviabilizem a inserção de design, e que as referências culturais sejam inseridas através de signos e ícones que representem o território.

No que tange a relação do design com o artesanato, destaca-se a atuação de designers junto a órgãos públicos como o SEBRAE [7], onde desenvolvem um conjunto de ações interdisciplinares que buscam ampliar a capacidade produtiva dos artesãos, melhorar a qualidade e estrutura técnica do artefato, e promover a inserção e a permanência do produto artesanal no mercado.

Os designers Heloisa Crocco e Renato Imbroisi atuam individualmente desenvolvendo cuidadosos trabalhos junto a potenciais comunidades artesanais. Nestes espaços, buscam revitalizar produtos regionais, fortalecer pequenos negócios, e manter a personalidade local nos artefatos [9]. As intervenções dos designers têm como principal objetivo fortalecer o artesanato local e despertar nos artesãos o sentimento de pertencimento. O design autoral também busca nas técnicas de produção manual características singulares

para os produtos confeccionados, cada detalhe executado pelo saber das mãos carrega uma história, resgata a cultura de um local e aproxima o usuário ao objeto. Designers como Paula Dib e Sérgio Matos, traduzem estas características em produtos contemporâneos e adaptados as necessidades do consumidor pós-moderno.

Estes modelos de atuação, corroboram com o tema central deste projeto, estimulando, por meio do design estratégico, a identificação e desenvolvimento de potenciais negócios junto a manufaturas e artesãos de pequenos municípios do Rio Grande do Sul.

3. METODOLOGIA

Com a função de conduzir o processo projetual de acordo com os objetivos do autor, a metodologia utilizada flexibiliza-se fazendo uso de distintos modelos, autores e etapas. A nível macro, o projeto em questão orienta-se pelo Metaprojeto proposto por Moraes [8]. As informações pertinentes são obtidas através de pesquisas qualitativas, documentais e de observação junto a instituições como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Órgãos municipais e artesãos locais. Os resultados obtidos são ainda explanados através das ferramentas Canvas e matriz SWOT.

Informações mercadológicas são coletadas nas macrotendências da Box1824 e em relatórios de tendências da WGSN [10], que complementadas por painéis semânticos propostos por Baxter [11], buscam identificar e construir personas através da técnica de Mapa de Empatia. Estas etapas possibilitam o cruzamento e a integração objetiva das informações, permitindo a elaboração da proposta de negócio pelo uso da ferramenta 5W1H, e a construção de uma lista de requisitos com as narrativas de negócio, marca e produto. O avanço no projeto delinea a sua missão, visão e valores, a produção de sua *storytelling*.

A contribuição projetual de identidade visual e comunicação é orientada Wheeler [12], ao mesmo tempo em que Bonsiepe [13] conduz a criação de produtos com análises complementares, como a de referencial dimensional buscado junto a Panero e Zelnik [14]. Ainda sob orientação de Bonsiepe [13], explana-se cenários para a geração de alternativas utilizando-se a ferramenta estratégica de Mapa de Polaridades. Complementando o sistema, Seragini por Negrão e Camargo [15], orientam o desenvolvimento das embalagens, e Bonsiepe [13] auxilia na estruturação de Ponto de Venda.

3.1. Coleta de dados

Para poder propor um sistema produto-serviço eficaz, faz-se necessário identificar aptidões artesanais e compreender suas particularidades técnicas e objetivos futuros. Diante disto, parte-se da área do estado do Rio Grande do Sul, na qual identifica-se a produção agrícola como a principal economia dos pequenos municípios. Ao mesmo tempo, observa-se que o artesanato supre necessidades cotidianas e por vezes auxilia na complementação da renda.

Em nível mundial, a predominância da agricultura em pequenos municípios causa inquietude frente ao êxodo rural dos jovens, e ao envelhecimento da população local, tornando

estes territórios sedentos por novas oportunidades.

Os dados adquiridos sobre o território gaúcho, permitem identificar o pequeno município de Monte Belo do Sul como um excelente panorama para a inserção de novas propostas. Com 70% da economia alicerçada na agricultura, os problemas são decorrentes e políticas públicas começam a ser construídas como incentivo à atividades artesanais.

Considerar o território local, e suas disponibilidades e acessos, são indispensáveis durante uma proposta que prevê a interação entre personagens locais. Frente a esta necessidade, desenvolveu-se um modelo de atuação, para orientar a ação deste autor na atual e futuras intervenções em municípios:

a) diagnóstico local - busca verificar a história, as pessoas, a cultura e os anseios dos artesãos, bem como as técnicas e materiais por eles trabalhados;

b) tendência de mercado e consumo - coleta e análise de informações contemporâneas e tendenciosas fazendo uso de materiais disponibilizados por empresas da área de pesquisa, como a Box1824 e WGSN;

c) análise de *cases* – analisar modelos de negócios existentes e relacionados ao tema estudado e tendências identificadas;

d) definição e desenvolvimento da estratégia - planejamento e execução do sistema produto-serviço sob orientação de metodologias específicas.

Através da etapa de diagnóstico local, analisou-se informações coletadas junto a Prefeitura Municipal de Monte Belo do Sul e identificou-se três técnicas atrativas na participação deste projeto, por apresentarem boas oportunidades produtivas e resultados imediatos: A tradicional **tanoaria** do município, oportuniza o desenvolvimento de projetos variados e é sedenta por novas opções, uma vez o advento do uso do inox e do poliestireno nas vinícolas, diminuiu expressivamente as vendas. Ao mesmo tempo, o artesanato de **palha de trigo** e de **crochê**, destacam-se por carregar uma história, o saber tradicional e a exclusividade do feito à mão, despertando uma curiosidade para o fazer contemporâneo, estimulando a geração de renda e a transferência do saber à futuras gerações.

A partir da definição dos artesãos, entrevistas com roteiro semiestruturado foram realizadas no período de 28 de março a 18 de abril, permitindo identificar os elementos principais pertencentes ao negócio e o panorama interno e externo de cada atividade.

As condições materiais e produtivas trabalhadas pelos artesãos orientam para que a proposta considere o uso da madeira aliado a técnica do crochê ou da *dressa*, enfatizando desta forma cada uma das habilidades, com uma linguagem clara e sem excessos. Cabe ressaltar que durante as entrevistas a apresentação do objetivo projetual do negócio despertou nos artesãos o sentimento de valorização e orgulho de seu trabalho.

Para o avanço deste projeto à fase de elaboração do modelo de negócio, faz-se necessário um estudo direcionado a tendências mercadológicas de comportamento e consumo, que permitam delinear o público-alvo e sua relação com o

fazer artesanal.

3.2 Mercado e Personas

As informações pertinentes ao atual contexto de tendências foram adquiridas por meio da consulta a duas tradicionais ferramentas virtuais especializadas em pesquisa de tendências de consumo, comportamento e inovação: a Box1824 [16] e a WGSN [10].

A Box1824 [16] destaca que o mundo caótico se encontra locado sob um ritmo inalcançável de atualizações, notificações e curtidas, desencadeando, desta forma, um tendencioso movimento de desaceleração nomeado de *Quiet Bliss*. Este movimento propõem uma redução no ritmo, nos excessos, na poluição visual, sonora e de informação, para um comportamento que valorize a reconexão individual e com o mundo ao redor.

Complementando estas previsões, a WGSN [10] propõe em cenários tendenciosos para 2017/2018, um olhar mais autêntico nas relações de consumo, onde estímulos devem possibilitar um estilo de vida livre e com pausas, que evolua e conecte os indivíduos à natureza, os movendo em direção às raízes que compõem sua própria identidade. Estas projeções ressaltam que os lares buscam sintonia com o entorno, com interesse na origem dos materiais, dos produtos e dos recursos, ao mesmo tempo em que o retorno ao básico e simplificado ganha espaço através da valorização das habilidades do fazer manual, construindo uma relação de confiança nas mãos, onde o tato, as texturas e o processo artesanal permitem aproximar o consumidor ao produto.

Estes estudos permitem identificar o atual e futuros cenários mercadológicos, através da construção de três perfis de consumidores, as chamadas personas: Persona 1 – As memórias de Cibele; Persona 2 – A pausa de Octávio; Persona 3 – A conscientização de Maria Clara.

As personas construídas, relacionam-se diretamente com as tendências de mercado identificadas e buscam nos elementos naturais e na contraposição dos produtos industrializados o seu refúgio e bem-estar. Estes elementos permitem a associação com a origem e essência individual, com a pausa ao acelerado ritmo cotiado e com a aproximação a origem e história do produto consumido.

Seguindo este tendencioso movimento, modelos de negócios foram selecionados como fonte de estudo para uma análise aprofundada. A atuação de *cases* como Heloisa Crocco, Paula Dib, Nani Marquina, Sixay e Naomi Paul foram analisados em nível de modelo de negócio, identidade visual e coleção de produtos, permitindo um completo relatório com dados relevantes que permitem avançar a etapa de definição do projeto.

4. DEFINIÇÃO DO PROJETO

A coleta e análise das informações obtidas, reafirmaram a oportunidade de atuação estratégica do design em pequenos municípios do Rio Grande do Sul. Através da exploração de suas características locais, é possível desenvolver o território, gerando renda e trabalho, e contribuindo culturalmente na

valorização e resgate do saber artesanal de cada região. É neste cenário, de características peculiares, que Monte Belo desponta como uma interessante área de atuação inicial, suas aptidões emergem por novos projetos que estimulem o desenvolvimento de negócios.

A benevolência dos personagens locais permite a integração harmônica e contemporânea das atividades, é através de suas limitações produtivas e facilidade de acesso às matérias-primas, que o modelo de negócio (figura 1) oportuna a fazer o novo com o que já trabalham.

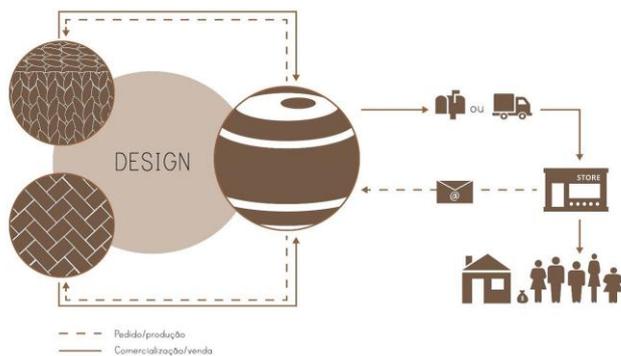


Figura 1 – Modelo de Negócio Coleção MomBelo (Fonte: a autora)

A sistemática adotada neste modelo, elenca a Tanoaria como contato principal, graças a uma série de fatores como cadastro de pessoa jurídica, estrutura física, localização e equipe da mesma. O modelo também prevê que os artesãos devem se reunir semanalmente para alinhamento e administração de assuntos, e que o autor deste projeto deve participar sempre que necessário na orientação e condução do negócio.

Além da integração dos artesãos, as coleções desenvolvidas necessitam ser consumidas, portanto a forma de comercialização deve estar atrelada aos anseios do público-alvo, considerando seu estilo de vida, e propondo, de forma contemporânea, a revitalização do fazer artesanal, permitindo a ele uma pequena pausa no cotidiano.

Propriamente relacionado com o atual contexto, o ex-prefeito, escritor e profundo conhecedor da história de Monte Belo do Sul, Leonir Olímpio Razador, enfatizou, durante a etapa de entrevista que “a sociedade contemporânea está perdendo três valiosos aspectos, que são os **sabores**, os **fazeres** e os **valores**”. Estes poderosos dizeres inspiram e orientam a construção conceitual do projeto, através de cenários.

Para o âmbito residencial, abordado nesta primeira atuação - em vista das tendências mercadológicas que direcionam para “casa” - os três valores aproximam-se do consumidor fazendo uso da ferramenta *Storytelling*, a qual também toma como referencial os perfis das personas construídos nas etapas anteriores, apresentando-se conforme a narrativa da figura 2.

De acordo com as primeiras frases, os Sabores conectam-se às áreas de preparo, seja para rememorar algum acontecimento ou para buscar novas experiências. É na cozinha e na varanda gourmet em que o manuseio dos alimentos exaltam a peculiaridade de cada ingrediente, envolvendo e aproximando as pessoas.

O *Concepts Fazeres* descrito na *Storytelling*, estabelece

conexões com o compartilhamento e com a busca de informações, é na receptividade, no acolhimento e na comunicação entre pessoas que se descobre e perpetua-se os conhecimentos, seja no hall de entrada, nos corredores, no living, no jardim, na varanda ou no escritório.

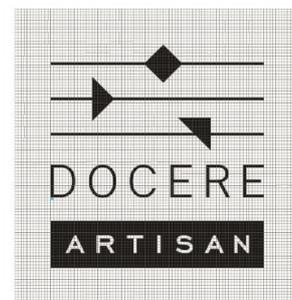
“... A minha casa guarda lembranças, presencia histórias, e acolhe sentimentos...
... É o meu refúgio...
... Me permite explorar o mundo com a tranquilidade de que voltarei ao lar...
... Misturando cores, texturas e temperos, à pitadas de carinho e personalidade, experimento o novo...
... Uhm, esse cheirinho de pão... Me lembra o que minha mãe fazia...
... Enquanto eu, brincava no tapete da sala...
... Hoje, ao sentar no sofá, contemplo nos bons momentos memorados pela decoração...
... Oh, quantas boas-vindas são dadas... Risos ecoam ao revirar o álbum...
... Emoções são compartilhadas...
... Ah, e é ali no cantinho que me divirto com minhas tintas...
... É na fortaleza de minha intimidade que encontro a personalidade e individualidade...
... No meu espaço dos sonhos, recarrego as energias e me preparo para escrever uma nova página...
... Que a magia de dormir, me permita continuar a sonhar...”

Figura 2 – *Storytelling* Projeto Docere (fonte: a autora)

Ao mesmo tempo, os Valores relacionam-se com a intimidade, com o indivíduo em sua personalidade, é no lavabo, no banheiro, na área de serviço e no dormitório, que o olhar interno ganha força.

4.1 Identidade visual

Avançando na contribuição de projeto, faz-se necessário a construção de uma identidade visual que possa representar toda a essência relacionada (figura 3).



■ = espessura haste vertical
↓ da fonte = x
■ = 8x = y



Figura 3 – Malha construtiva e versão final do logotipo

Frente a diversos estudos, a palavra *Docere* é eleita como a identificação deste projeto. Derivada do latim, apresenta a tradução literal ‘ensinar’, associando-se ao novo, a troca de conhecimento, ao princípio e a essência, sua pronúncia também remete a palavra italiana ‘conocere’, conhecer.

A partir desta fundamentação, realizou-se a combinação da palavra a possíveis *taglines*, de modo que, por questão fonética e de fácil percepção sobre o artesanal, identificou-se a palavra ‘Artisan’ como melhor opção, apesar de ser uma palavra inglesa apresenta uma pronúncia intuitiva e torna claro o segmento abordado.

Para a construção gráfica (figura 3), também se considera a importância dos *Concepts* Sabores, Fazeres e Valores, atingindo neste nível uma relação de possíveis e futuras produções artesanais ou manufaturas. A simbologia inspirou-se no elemento ‘linha’ reverenciando pureza e essência. É a partir da pureza da linha, que se obtém a forma geométrica de um triângulo, que auxilia positivamente na comunicação de uma marca com o mercado por representar força, crescimento e solidez.

Na marca, o triângulo é replicado e rotacionado, permitindo a construção de formas que se relacionem a diversas técnicas artesanais e aos *Concepts*. Contrastes e alinhamentos buscam evidenciar a naturalidade das técnicas, construindo uma linguagem sólida, elegante e harmônica.

Complementando a comunicação de marca, para cada *Concept* desenvolveu um *partner* construído a partir do símbolo utilizado no logotipo. E aliado ao *partner*, a cada coleção recebe uma nomenclatura que deve relacionar-se com o território de aplicação do projeto. Para este projeto, com atuação em Monte Belo do Sul, o nome escolhido - MomBelo - relaciona-se ao nome do próprio município, apresenta boa fonética, de fácil memorização e pronúncia.

A fim de consolidar a marca e sua comunicação com o mercado, as informações pertinentes a identidade visual foram detalhadas em Manual de Identidade Visual, juntamente com aplicações institucionais – cartão de visita, folha timbrada, envelope, pasta e adesivo – e aplicações promocionais direcionadas a coleção - difusor de ambientes, bloco de anotações, pen drive e caneta.

4.2. Coleção de Produtos

Partindo dos *Concepts* de ambientes residenciais propostos para o desenvolvimento de Coleções, identifica-se que como primeiro projeto cabe uma Coleção voltada para os Fazeres, pois nestes ambientes ocorre o compartilhamento de conhecimentos e experiências. São nestes ambientes que o morador passa mais tempo, que há maior circulação de pessoas, e que recebe as visitas, entendendo-se que produtos locados nestes ambientes ganham maior visibilidade, a que é extremamente positivo por se tratar de uma coleção inicial.

Por este mesmo motivo, opta-se pela execução de produtos que se adaptem facilmente aos diversificados ambientes, aumentando a aplicação e conseqüentemente o possível consumo. Busca-se também, que a Coleção

desenvolvida crie uma composição entre si, de forma que seja possível adquirir todos os produtos; ou que possam ser compostos com outras propostas, permitindo a aquisição de forma individual.

Para a geração de alternativas da coleção, foram construídos dois cenários criativos com as características opostas e enquadradas na narrativa de produto. A Coleção MomBelo executada a partir da técnica da madeira com aplicações em *dressa*, é composta por aparador com luminária decorativa, mesa de centro, mesa lateral e nicho (figura 4).

A utilização das aplicações de *dressa* em rebaixes executados na madeira, tem por intuito propiciar um efeito de unicidade e fusão das duas técnicas. O contraste entre o dourado da palha de trilho e a madeira, levam sofisticação e elegância a ambientes, exaltando a produção artesanal feita com esmero. O objetivo também é explorar a pureza da técnica, cordões de palha costurados entre si com linha permitem o efeito.



Figura 4 – Coleção MomBelo - *dressa* (Fonte: a autora)

A Coleção MomBelo executada a partir da construção de peças em crochê aliadas a madeira, é composta por aparador com luminária decorativa, mesa lateral, banco e prateleira, conforme figura 5. A aplicação do crochê junto a madeira tem por intuito explorar o efeito do alçamento dos fios, aplicado em detalhes, a técnica possibilita exclusividade e mantém integridade com a madeira.



Figura 5 – Coleção MomBelo – crochê (Fonte: a autora)

4.3. Embalagem, PDV e Comunicação

Em vista do modelo de negócio proposto neste projeto, entende-se que a embalagem tem a importância de acondicionar, proteger e identificar as peças, pois em lojas de decoração e boutiques os produtos são expostos para a

comercialização sem embalagem. Portanto, desenvolveu-se uma embalagem com linguagem clara e objetiva, em papelão na cor pardo e com um adesivo contendo informações sobre a coleção.

Conforme citado, os produtos desenvolvidos serão comercializados através de lojas de decoração e boutiques, diante disto, é válido o desenvolvimento de uma proposta que oriente a exposição dos produtos, a fim de manter a unicidade e fortalecer a identidade.

A sugestão elaborada consiste em um tablado na cor branca para acomodação dos produtos, e na ambientação das peças com o uso de objetos decorativos em cerâmica, pequenos verdes, porta-retratos e livros, elementos promocionais desenvolvidos para a Coleção MomBelo também são sugeridos. Se por limitação de espaço físico ou outra eventualidade, não seja possível a inserção da proposta completa, a peça deverá obrigatoriamente estar decorada com os itens orientados.

Por fim, fortalecendo a atuação proposta, a comunicação do Projeto Docere e da Coleção MomBelo também ocorre através de materiais impressos - catálogo, trends, posts/molduras - e de meio virtual - site e página no facebook. As informações contidas nestes materiais compreendem uma breve descrição do projeto, seguido de comentários sobre o local em que a Coleção foi desenvolvida, e então a apresentação dos produtos conforme o *Concepts*.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto permitiu a construção do Projeto Docere, e vertendo deste a Coleção MomBelo, que integra três artesãos do pequeno município de Monte Belo do Sul. O Projeto valoriza a mão-de-obra disponível no local e gera renda aos envolvidos.

Compreende-se ainda, que em curto espaço de tempo mais pessoas deverão se envolverem na confecção das peças, e novos produtos poderão ser desenvolvidos, contribuindo expressivamente com o desenvolvimento local.

As peças desenvolvidas, aproximam-se do consumidor, fornecendo nos detalhes naturais da cor, da textura, do odor e da construção, o estímulo para a pausa e a contemplação.

O resultado obtido neste projeto piloto, vislumbra futuras oportunidades de atuação no desenvolvimento de novas coleções que façam uso de outros *Concepts*, na identificação de novas ações frente a outros municípios do Rio Grande do Sul, e na potencialidade de externar as ações, inclusive para outros estados e países.

Por fim, conclui-se que o projeto apresenta uma solução útil, vislumbrando em disciplinas multidisciplinares, oportunidades, assim como nos instiga o Design Estratégico.

6. REFERÊNCIAS

[1] AL-ASSAL. **Marketing – Tendências**. Revista Exame. São Paulo: Abril, 2011. Disponível em: <<http://www.exame.abril.com.br/>>. Acesso em 10 mar.2016.

[2] MALDONADO, T. **Design industrial**. Tradução: José Francisco Espadeiro Martins. Portugal: Edições 70, 1999.

[3] FRANZATO, C. **A forma das ideias: concept, design e design conceitual**. In: Congresso Internacional da Associação de Pesquisadores em Crítica Genética. Anais, X edição, 2012.

[4] MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

[5] COSTA, F.C.X.; SCALETSKY, C. C. **Design Management & Design Estratégico: uma confusão conceitual?** Disponível em: <<http://www.ddimkt.xpg.uol.com.br/>>. Acesso em 23 abr.2016.

[6] SCHNEIDER, B. **Design – uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico**. São Paulo: Editora Blücher, 2010.

[7] SEBRAE. **Termo de referência para atuação do sistema SEBRAE em arranjos produtivos locais**. Brasília: Sebrae, 2003.

[8] MORAES, D. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

[9] CROCCO, H. **Revista Espaço Design**. Entrevista de 2013. Disponível em: <<http://www.revistaed.com.br/>>. Acesso em 15 mar.2016.

[10] WGSN. **Lifestyle & Interiors Forecast A/W17/18**. Disponível em: <<http://www.wgsn.com/>>. Acesso em 05 abr.2016.

[11] BAXTER, M. **Projeto de Produto: guia prático para designer de novos produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

[12] WHEELER, A. **Design de identidade de marca**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2008.

[13] BONSIPEPE, G. **Metodologia experimental: desenho industrial**. Brasília: CNPQ/ Coordenação Editorial, 1984.

[14] PANERO, J.; ZELNIK, M. **Las dimensiones humanas em los espacios de interiores: estándares antropométricos**. México: Ed. G.Gili, 2001.

[15] NEGRÃO, C.; CAMARGO, E. **Design de Embalagem: Do Marketing à Produção**. São Paulo: Editora Novatec, 2008.

[16] BOX1824. **Quiet Bliss**. Disponível em: <<http://www.box1824.com.br/>>. Acesso em 05 abr.2016.