

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS
CAMPUS MACEIÓ
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE INTERIORES

IGOR TAVARES DE BRITO

**PLATAFORMA Q+: ESTUDO PRELIMINAR DE MOBILIÁRIO MODULAR
EXPOSITOR PARA FEIRA EFÊMERA**

Maceió, AL

2021

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS

CAMPUS MACEIÓ

IGOR TAVARES DE BRITO

**PLATAFORMA Q+: ESTUDO PRELIMINAR DE MOBILIÁRIO MODULAR
EXPOSITOR PARA FEIRA EFÊMERA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção de grau de Tecnólogo em
Design de Interiores.

Orientadora: Profa. Ma. Iolita Marques
de Lira.

Maceió, AL

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Instituto Federal de Alagoas
Campus Maceió
Biblioteca Benevides Monte

INSTITUTO
FEDERAL
Alagoas

-
- B862p Brito, Igor Tavares de.
Plataforma Q+ : estudo preliminar de mobiliário modular expositor para feira efêmera / Igor Tavares de Brito. – Maceió : IFAL, 2021.
63 f. : il.
1 CD-ROM: il., col.; (1 arquivo : 230 kilobytes)..
- Orientadora: Prof^ª. Ma. Iolita Marques de Lira.
Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Design de Interiores) -
Instituto Federal de Alagoas / Campus Maceió, 2021.
- CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico,
acondicionada em caixa acrílica (12,5 cm x 14 cm).
1. Design efêmero – Plataforma Q+. 2. Produto modular. 3. Feira criativa. 4. Design Comercial. I. Título.

CDD:747

Nalva Maria Amaral
Bibliotecária – CRB-4/989


IGOR TAVARES DE BRITO

**PLATAFORMA Q+: ESTUDO PRELIMINAR DE MOBILIÁRIO MODULAR
EXPOSITOR PARA FEIRA EFÊMERA**


Trabalho de Conclusão de Curso apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Design de Interiores, sob a orientação da Prof. Ma. Iolita Marques de Lira.

Aprovado em: 19 / 01 / 22


BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 IOLITA MARQUES DE LIRA
Data: 20/03/2023 17:31:20-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Ma. Iolita Marques de Lira
(Presidente/ Orientadora)

Documento assinado digitalmente
 JULIANA AGUIAR CAVALCANTE MONTEIRO
Data: 13/03/2023 17:55:29-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Profa. Ma. Juliana Aguiar Cavalcante Monteiro
Instituto Federal de Alagoas – IFAL

Documento assinado digitalmente
 ROSEANE SANTOS DA SILVA
Data: 13/03/2023 17:37:50-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Profa. Ma. Roseane Santos da Silva
Instituto Federal de Alagoas – IFAL

A Wladimir Britto (*in memorian*), por toda admiração que sentiu por mim até o dia da sua partida. Essa conquista não seria possível sem ele.

AGRADECIMENTOS

Estar no curso de Design de Interiores no IFAL foi uma experiência pessoal de reparação com a minha própria história. A realização de um desejo que surgiu há mais de 10 anos. Eu sou egresso do Instituto Federal do Maranhão, onde fiz ensino médio e posteriormente curso técnico em mecânica. O IF sempre foi muito importante na minha vida e, por isso, sou muito grato por esse sistema de ensino e seus profissionais focados em contribuir para formação humana e cidadã enquanto ensinam suas tecnologias.

Dito isso, agradeço à professora Iolita, não só por ter aceitado orientar esse trabalho e fazer parte de um momento tão importante para o fechamento desse ciclo, como também pelos ensinamentos ao longo da minha formação no IFAL.

Agradeço às professoras Juliana e Roseane por aceitarem participar desta banca de TCC. Vocês estão aqui porque foram muito grandes agentes no desenvolvimento das minhas experiências de aproximação com o empreendedorismo criativo e arte popular, além de terem me ajudado a compreender melhor a perspectiva do mobiliário nesses contextos.

Agradeço a todos os professores que participaram da minha formação, a saber, Luís Antônio, Juliana, Eduardo, Roberto, Elma, Valéria, Taciana, Iolita, Lauro, Magno, Miquelina, Camila, José Martins, Amaro, Áurea, Denise, Cleber, Adriana, Tharcila, Roseane e Patrícia. Nunca me esquecerei da dedicação de vocês, do zelo pelos alunos e por acreditarem na nossa capacidade.

Agradeço aos meus colegas de turma, os fixos e os passantes. Vocês fizeram essa jornada ser incrível. Enquanto fazia esse trabalho lembrei muito de vocês porque aprendi muito com a forma como cada um lidava com alguns desafios que encontrei durante essa pesquisa.

Por fim, agradeço ao apoio da minha família e amigos, alguns deles já mencionados acima. Nunca é fácil realizar um trabalho como esse, mas este aqui passou por agravantes que deixaram tudo mais pesado. A presença de vocês me ajudou a continuar. Obrigado.

RESUMO

Esse estudo teve como objetivo desenvolver um produto modular para exercer a função de expositor de produtos em feiras de produtos criativos realizadas em espaço efêmero. Nesses eventos, geralmente, são agregados serviços de alimentação e apresentações culturais como estratégia de atratividade. A proposta de projeto do produto modular decorreu do levantamento dos produtos expostos nas feiras, dos requisitos projetuais percebidos durante a visita de campo e de algumas questões apresentadas pelas pessoas que estavam expondo. Entende-se, a partir dos conhecimentos pertencentes à natureza do design de interiores, que essa problemática pode ser analisada sob a perspectiva do Design efêmero, Design Comercial e Design de Mobiliário. O resultado aqui apresentado é resultado da observação da Ferinha Empoderada, Feirinha Cool e do Natal de Folgedos, realizados na cidade de Maceió.

Palavras-chave: Feiras criativas. Design efêmero. Produto modular.

ABSTRACT

This study aimed to develop a modular product to act as a product exhibitor at creative product fairs held in ephemeral space. In these events, food services and cultural presentations are usually added as an attractiveness strategy. The project proposal for the modular product resulted from a survey of the products exhibited at the fairs, the project requirements perceived during the field visit and some issues raised by the people who were exhibiting. It is understood, from the knowledge pertaining to the nature of interior design, that this issue can be analyzed from the perspective of ephemeral Design, Commercial Design and Furniture Design. The result presented here is the result of the observation of Ferinha Empoderada, Feirinha Cool and Natal de Folgedos, held in the city of Maceió.

Keywords: Creative fairs. Ephemeral design. Furniture design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Área de interesse no espaço compositivo	16
Figura 2: Zonas das feiras criativas.	19
Figura 3: Arquitetura integrada x arquitetura modular.	22
Figura 4: Estante Stackle.	23
Figura 5: More Light.	24
Figura 6: Fases da pesquisa.	26
Figura 7: Exemplo de interferência do entorno sobre os produtos.	36
Figura 8: Palavras-chave da pesquisa de campo.	38
Figura 9: Painel semântico.	40
Figura 10: Análise da estante cavalete.	41
Figura 11: Análise do biombo vazado.	41
Figura 12: Estante de caixote.	42
Figura 13: Arara cavalete com gaveteiro.	42
Figura 14: Painel de referências.	43
Figura 15: <i>Pegboard</i>	44
Figura 16: Esboço das configurações de mobiliário.	45
Figura 17: Conexão +.	46
Figura 18: Peças testadas no <i>mockup</i>	46
Figura 19: Suzana, Laura e Mário.	47
Figura 20: <i>Mockup</i> mesa.	48
Figura 21: <i>Mockup</i> biombo e cabideiro.	48
Figura 22: <i>Mockup</i> painel.	49
Figura 23: Estudo suporte e prateleira.	50
Figura 24: Estudo suporte cabideiro.	50
Figura 25: Escalonamento das formas (cotas em metro).....	51
Figura 26: Peças estruturais.	52
Figura 27: Apoio +8.	53
Figura 28: Apoio +9.	53
Figura 29: Modelos de mesa.	54
Figura 30: Cabideiro com prateleira para apoio.	55
Figura 31: Arranjo painel.	55
Figura 32: Exemplo de uso das peças de apoio.	56
Figura 33: Expositores em um espaço 3 x 3 x 2,5 m.	56
Figura 34: Nova função para peças tipo moldura.	57

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Variantes da vitrina.....	15
Quadro 2: Relatório da visita ao espaço de artesanato do Natal de Folguedos 2019.....	30
Quadro 3: Relatório da visita à Feirinha Empoderada.	32
Quadro 4: Relatório da visita à Feirinha Cool.....	34
Quadro 5: Requisitos de projeto.	37

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	DESIGN COMERCIAL E O ESPAÇO EFÊMERO DAS FEIRAS	13
2.1	O contexto das feiras	17
3	DESIGN DE MOBILIÁRIO	20
3.1	Modularidade	21
3.2	O processo de design de Löbach	24
4	MATERIAIS E MÉTODOS	26
5	PLATAFORMA Q+	28
5.1	Feiras visitadas	28
5.2	Conceituação do projeto	38
5.3	Análise das formas pré-existentes	40
5.4	Desenvolvimento de alternativas	43
5.5	Proposta final	51
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
	REFERÊNCIAS	59

1 INTRODUÇÃO

Muito tem sido discutido sobre os aspectos inerentes à profissão do designer. Moraes (1999) afirma que, durante a Internacional Council of Societies of Industrial Design (ICSID), ocorrida em 1961, definiu-se que o design se propõe a projetar a forma do produto, considerando tanto os fatores relativos ao uso, à fruição e ao consumo individual ou social do produto, quanto os fatores referentes a sua produção, tais como, técnico-científicos, técnico-construtivos e técnico-distributivos.

Bonsiepe (2011), por sua vez, afirma que a prática projetual está exposta a alguns limites amplos, dentre os quais destaca as dimensões do socialmente desejável, tecnicamente factível, ambientalmente recomendável, economicamente viável e culturalmente defensível. Portanto, antes de alcançar um resultado final, o processo de criação do designer percorre dimensões que não estão restritas apenas a procedimentos técnicos objetivos; há complexidade e são estabelecidas conexões com tecnologia, sociedade, economia e cultura.

Considerando que o Design está a serviço das demandas sociais, o profissional dessa área deve estar sempre atento à forma como as relações humanas têm se desenvolvido, suas características e suas necessidades a fim de dialogar com essas questões. Sob essa perspectiva, o objeto de estudo deste trabalho surgiu de um olhar sobre a cidade de Maceió, onde foi percebida uma frequência na realização de feiras temporárias para venda de produtos em locais públicos. Estas feiras se caracterizavam pela comercialização de produtos criativos que, de acordo com Howkins (2013), incorporam valor simbólico e cultural.

Dentro da perspectiva do Design de Interiores, essa tipologia de feira, desenvolvida em espaços transitórios, é considerada design efêmero. De acordo com a Associação Brasileira de Designers de Interiores (2019), “O conceito de um conteúdo efêmero faz referência a tudo o que é passageiro e de curta duração”. O fato de ser efêmero não significa que não podem ser aplicadas as técnicas do design de interiores.

Esta pesquisa parte da observação do mobiliário utilizado nas feiras de produtos criativos promovidas na cidade de Maceió durante o ano de 2019. Os principais locais

onde foram realizadas incluem praças da cidade, ruas do Jaraguá e eventos ao longo da orla da praia de Pajuçara. Visto que essas feiras têm se constituído uma prática recorrente na cidade, servindo como um ambiente para a convivência social e aproximação com os produtos artesanais, destacou-se a importância de se observar como tem acontecido esse fenômeno.

Por ter ligação, principalmente, com três áreas pertencentes ao contexto do Design de Interiores, a saber, o projeto de mobiliário, o design comercial e o design efêmero, surgiu o interesse em pesquisar como os saberes dessas áreas dialogam com a questão do mobiliário em espaços de feiras efêmeras. Acredita-se que a base de formação estética, social e projetual do designer de interiores é útil na busca de uma solução que melhore a experiência do cliente no ponto de venda, respeitando as intenções e valores de quem está expondo seus produtos.

Outro fator motivador da pesquisa é que o artesanato está muito presente no curso de graduação em Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas, devido à busca por integrá-lo às atividades projetuais durante o curso. Essa abordagem gerou um senso de valorização dos produtos criativos, contribuindo para a percepção do posicionamento desses produtos nas feiras visitadas. Essa percepção foi reforçada pelas experiências projetuais desenvolvidas em todos os ateliês de projeto, especialmente nas disciplinas de Ateliê de Antropologia e Projeto Comercial, a qual teve como objetivo a criação de uma loja para produtos artesanais, e Ateliê de Projeto de Produto que abordou a temática de um produto modular para exposição itinerante de obras de arte popular da Ilha do Ferro.

A partir desse percurso formativo, esta pesquisa teve como objetivo geral realizar um estudo conceitual, com caráter preliminar, de um projeto de produto modular para exercer a função de expositor de produtos em feiras criativas do tipo similar às que foram visitadas na pesquisa de campo. Os objetivos específicos foram: observar o funcionamento das feiras criativas da cidade de Maceió no período da pesquisa, identificar requisitos projetuais dos tipos de mobiliário expositor presente nas feiras, estabelecer um método de desenvolvimento de produto e desenvolver o conceito de um produto que se adeque a diferentes necessidades a partir da reconfiguração de seus componentes. A proposta não buscou atender a um empreendedor específico, mas

sim apresentar um mobiliário que possa ser usado para exposição de diferentes tipos de produto.

Este estudo se caracterizou como qualitativo de natureza aplicada, tendo como principais instrumentos a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a pesquisa de campo. Pesquisas do tipo qualitativas têm como principal característica não se deter em representatividade numérica. A natureza aplicada surgiu do entendimento de que o resultado aqui apresentado pode ser executado pelas partes interessadas. A pesquisa bibliográfica trouxe contribuições essenciais para a percepção do objeto de estudo e busca de soluções, especialmente, o contexto comercial, a modularidade e a metodologia de desenvolvimento de projeto proposta por Löbach (2001). A pesquisa documental auxiliou na identificação das características do problema a partir da análise do que já foi documentado em fotos, vídeos, entrevistas, entre outros. E, por fim, a pesquisa de campo, especificamente neste caso, fez-se necessária para a observação *in loco* de como têm sido desenvolvidas as feiras efêmeras em Maceió para compreender como se dá o uso de seus mobiliários (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009).

A seguir, na Seção 2, são apresentados conceitos de Design Comercial e Espaço Efêmero das feiras. Na Seção 3, aborda-se sobre Projeto de Mobiliário, com destaque para o conceito de modularidade e metodologia de desenvolvimento de produtos de Löbach (2001). A Seção 4 traz a estrutura da Metodologia da Pesquisa. Na Seção 5, são divulgados os resultados da pesquisa e a demonstração do processo criativo do projeto. Este trabalho finaliza seu texto sugerindo diretrizes para a continuidade da pesquisa e apresentando as referências bibliográficas.

2 DESIGN COMERCIAL E O ESPAÇO EFÊMERO DAS FEIRAS

Para projetar espaços comerciais, é necessário compreender alguns conceitos presentes no seu contexto: o consumidor, o ponto de venda, a interface de exposição dos produtos e os espaços onde o fenômeno da venda pode acontecer. Em virtude do objetivo desta pesquisa, o mobiliário modular expositor se caracteriza como a interface de exposição e a feira criativa, do tipo efêmera, é o espaço onde o ponto de venda se estabelece.

Do ponto de vista econômico, consumidor é todo indivíduo a quem são oferecidos produtos ou serviços usados para seu uso privado ou comercial (FERREIRA; REIS; SERRA, 2009). Por outro lado, o consumidor também pode ser percebido do ponto de vista psicológico, a partir do qual se entende que ele é um sujeito cujas reações devem ser estudadas para que se consigam compreender os critérios individuais que o leva a consumir (PAJOLI, 1994).

O papel do consumidor no processo de compra passou por algumas mudanças ao longo do tempo. No princípio das relações comerciais, havia contato direto entre produtor e cliente, tornando possível supervisionar suas necessidades para incorporá-las ao produto ou serviço oferecido. Após a Segunda Guerra Mundial, o produto ganhou protagonismo, fazendo com que o consumidor passasse a ser visto como um escoamento da produção. Por fim, devido às mudanças políticas, econômicas e sociais, surgiu a era do cliente bem informado e detentor do consumo, cujo comportamento é um objeto de estudo (ALVES, 2003).

Sobre o comportamento de compra, Peter e Olson (2009) afirmam que existem variáveis complexas que o influenciam, tais como, o ambiente social e físico, estratégias de marketing, o comportamento do próprio consumidor e seus processos afetivos e cognitivos. A partir disso, entende-se que cada consumidor interage de forma diferente com os estímulos que lhe são propostos. Nesse sentido, Bigal (2000), ao falar sobre vitrinas, por exemplo, alerta que a interação que acontece ali é influenciada pela intenção do vitrinista e pela percepção do cliente.

Quanto à percepção, Ribeiro (2008) afirma que se trata de uma interpretação que a pessoa faz sobre algo que estimula os seus sentidos (tato, olfato, paladar, visão e

audição). Kotler e Keller (2009) acrescentam que essa percepção, onde se cria uma imagem sobre situações diversas, está ligada aos estímulos físicos, ao ambiente onde eles são produzidos e às individualidades de quem os recebe. Nesse fenômeno, a decisão de consumo do indivíduo passa por um processo de análise a partir das suas necessidades de posição social, valores, personalidade, etnia, crenças, fazendo com que o produto ou serviço se torne elemento de comunicação da sua imagem pessoal (FERREIRA; REIS; SERRA, 2009).

Essas experiências acontecem no ponto de venda, que é o estabelecimento comercial onde são expostos produtos ou serviços para que sejam adquiridos pelos consumidores (BLESSA, 2001). Castro e Bercebal (2002) destacam que o ponto de venda, independente do seu porte, precisa ser atrativo, sedutor e pensado de forma a proporcionar a satisfação dos clientes. Os autores ainda alertam que as pessoas têm objetivos diferentes para um estabelecimento grande e pequeno, mas que cada um tem seu potencial atrativo.

O conjunto de estímulos sensoriais, dentro do contexto comercial, constituem elementos de estudo do que se conhece por montra. A montra é um sistema que utiliza diversos recursos para estimular sensações com o objetivo de atrair o consumidor em um curto tempo ainda no contato fora do ponto de venda, induzindo-o a entrar. Por isso, ela deve gerar o desejo, passar a sensação de bem-estar ao possuir o produto ou serviço promovido, despertar o senso de realização através da aquisição. Alguns termos recorrentes ao se pesquisar sobre montra geralmente reforçam seu caráter sensorial (atmosfera, sons, aromas, cor, mensagem) e a sua materialização (cores, formas, layout, decoração, expositores, comunicação visual e sinalização) (BLESSA, 2001; DEMETRESCO, 2000; PARENTE, 2000). Tudo isso é incorporado no espaço conhecido no Brasil como vitrina.

As primeiras concepções do que hoje é compreendido como vitrina remonta à origem do comércio, quando se montavam feiras ao ar livre, expondo produtos sobre um mobiliário. A ideia de vitrina tal qual conhecemos materializou-se a partir do momento em que artesãos e comerciantes se uniram em corporações, passando a ter a necessidade de atrair compradores por meio da exposição (BIGAL, 2000).

A autora ainda aponta para evolução no conceito de vitrina que deixou de ser vista apenas como uma caixa de tampa envidraçada que protege e expõe produtos para passar a ser pensada como uma composição visual resultante de diversas variantes (Quadro 1). A autora defende que a vitrina é um texto visual, a partir do qual se estabelece uma relação discursiva entre vitrinista e usuário (cliente). Esse diálogo acontece tomando-se como referência o produto, o código predominantemente visual, o contato ou elemento atrativo e a mensagem visual como um todo.

Quadro 1: Variantes da vitrina.

VARIANTE	DESCRIÇÃO
Tipologia	Está relacionada diretamente à categoria de produtos expostos e ao público-alvo: moda, utilidades domésticas, esporte alimentação etc.
Vidraça	Elemento mediador entre exterior e interior, oferta e demanda, privado e público.
Diagramação	Há a diagramação do elemento vitrina no espaço onde ela está inserida e existe também a diagramação interna da disposição dos elementos da vitrina propriamente dita.
Adereços	Elementos de suporte à composição, utilizados para dar destaque aos produtos ou reforçar o conceito da exposição. São exemplos de adereços o <i>display</i> e o manequim.
Ritmo	Cria as relações de cor e forma, agregando dinamismo à vitrina.
Luz	Elemento revelador da cor, texturas, contornos dos objetos. Podem ser utilizadas luzes em cores diversas.
Cores	Elemento muito ativo na composição, a cor é determinante para o equilíbrio da vitrina. Seus efeitos criam relações de significância que unificam a composição.
Produto	Elemento principal da vitrina. Suas características mercadológicas são determinantes para composição visual.

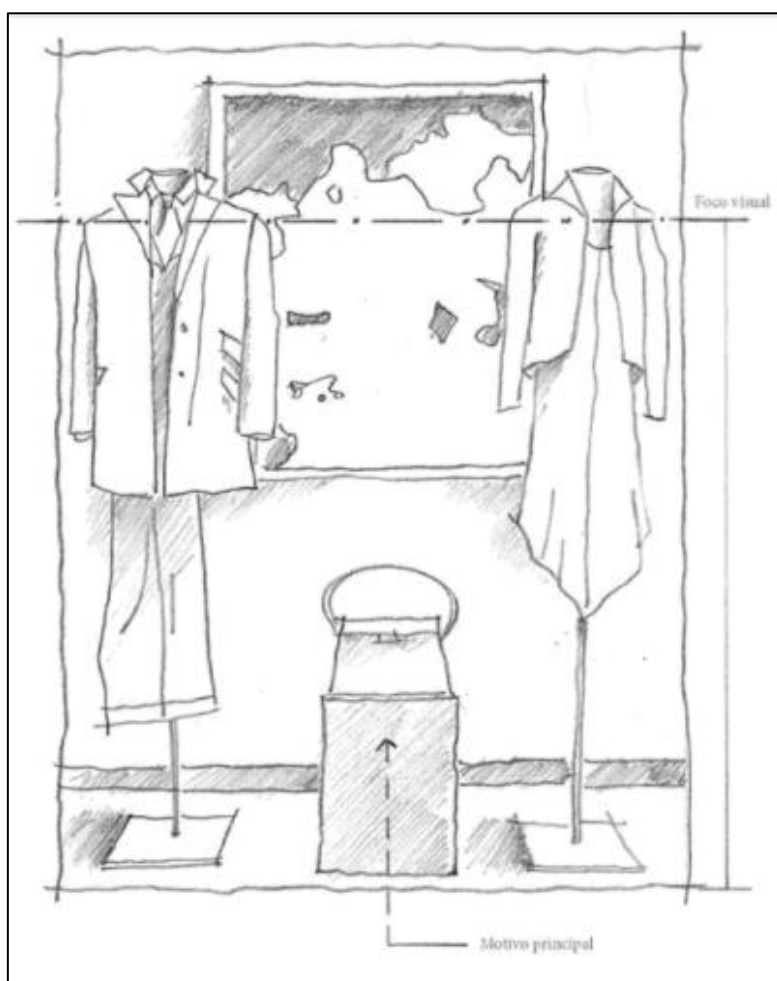
Fonte: Bigal, 2000.

Há diferentes modos de dispor elementos em uma vitrine, que variam de acordo com as intenções planejadas para ela. Para auxiliar na decisão da composição, existem alguns princípios fundamentais que conduzem à análise do modo como as pessoas

percebem as coisas ao seu redor. O campo de visão é um desses princípios e que auxilia na definição do melhor posicionamento dos produtos e demais elementos tomando como base o alcance da visão, os pontos de atenção e as limitações de movimento humano (IIDA; BUARQUE, 2016).

Quanto à disposição de elementos na vitrine, Lourenço e Sam (2019) dizem que existe um motivo principal (aquilo que se quer evidenciar que, geralmente, é o produto), os efeitos da simetria (comunicam ordem, força, poder, formalismo) e o foco visual (o centro é ponto de maior interesse na composição). Os autores ainda abordam diagramações a partir de eixos horizontais, para que não se caia no erro de local o motivo principal nem acima e nem abaixo do foco visual (Figura 1).

Figura 1: Área de interesse no espaço compositivo



Fonte: Lourenço e Sam, 2019.

2.1 O contexto das feiras

A origem das feiras remonta ao tempo em que surgiram as formações de excedentes de produção. O produtor usava suas sobras para adquirir itens que não possuía, através de uma transação de troca com o excedente de outros produtores. Dessa forma, resolvia a necessidade de produtos dos quais precisava. À princípio, não havia um lugar definido para a realização dessas trocas. Com a intensificação dessas atividades, surgiu a necessidade de um ambiente que reunisse esses produtores para facilitar as transações. Assim, formou-se a base dos mercados (SOUSA, 2004).

Sousa (2004) fala que, com o passar do tempo, o conceito de feira assumiu diferentes formatos e abordagens, ao ponto de hoje, com a melhoria dos sistemas de comunicação, logística e informatização, ser possível assimilar a feira como um contexto, não necessitando estritamente de um espaço físico para acontecer. Apesar disso, a existência de lugares para realização de feiras, fixas ou intermitentes, ainda é muito presente na contemporaneidade, promovendo experiências diversas de acordo com a tipologia de produtos, serviços e objetivos.

De acordo com Zanella (2006), as feiras tem como objetivo promover o contato dos vendedores com canais de comercialização, podendo ser desenvolvidas para um público reservado ou com livre acesso. As características do espaço para instalação da infraestrutura variam de acordo com os objetivos estratégicos do evento, podendo fazer uso de espaços fechados ou ao ar livre.

Todas essas características são consideradas quando se estuda as feiras sob a perspectiva do design efêmero. Para conceituação do que vem a ser design efêmero, faz-se necessário, antes de tudo, assimilar o contexto no qual está inserido. Ao falar sobre arquiteturas efêmeras, o arquiteto Rui Duarte (2006) afirma que, embora tenha breve tempo de existência, arquiteturas efêmeras respondem necessidades específicas e, entre elas, cita festas, acontecimentos sociais e comunicação. Para o arquiteto, as intervenções nesses contextos têm como objetivo fazer uso de diversas estratégias para encontrar respostas qualificadas e em tempo hábil.

Miotto e Pupo (2013), ao abordarem sobre feiras comerciais, apresentam que o desafio envolvido na criação de um projeto efêmero está em alcançar um resultado estético harmônico, com convivência cultural, integração com o espaço, além de criar uma atmosfera que comunique ao consumidor a identidade da empresa. Reforçando a ideia desses autores, no que tange ao design de eventos, Martin (2017) destaca que essa atividade reflete uma tendência que agrega estética, arte e, sobretudo, a funcionalidade do mobiliário. Sobre o mobiliário, a autora diz que ele faz parte de um todo, portanto, deve ser coerente com o tema principal e os objetivos estabelecidos na mensagem que o evento se propõe passar.

Assim, entende-se que as questões envolvidas na escolha de mobiliário, em um contexto de feira efêmera, têm diversas dimensões e devem seguir premissas básicas para garantir o alcance dos objetivos do evento e dos seus expositores. Isso reforça a complexidade prevista por Bonsiepe (2011), que acrescenta que projetos de design se diferenciam não só pela estética, como também pelo enfoque nas características do usuário.

Entre os usuários da modalidade feira, encontram-se os empreendedores criativos. De acordo com Howkins (2013), a economia criativa lida com um conjunto de atividades econômicas ligadas a um conteúdo simbólico, transformado pela criatividade em bens e serviços. O conteúdo dessa economia varia desde a tradição e cultura (artesanato e festividades) até produções tecnológicas com foco em serviços, como mídias e audiovisual (NASCIMENTO JÚNIOR, 2018).

As feiras criativas têm ganhado popularidade no espaço urbano da cidade de Maceió. No último bimestre de 2019, as mídias sociais registraram a ocorrência de três feiras. Em novembro, na Bienal Internacional do Livro, a Ferinha Empoderada (BOM DIA ALAGOAS, 2019), que agregou mulheres empreendedoras e promoveu a discussão sobre empoderamento feminino, e a Feirinha Cool (VITURINO, 2019) cujos participantes foram empreendedores criativos com diferentes tipos de conteúdo. Em dezembro, também teve o espaço de artesanato da festividade do Natal de Folgedos (G1 AL, 2019), cujo objetivo foi promover o artesanato alagoano.

Geralmente, essas feiras acontecem em espaços transitórios. A Feirinha Cool e a Ferinha Empoderada costumam ser organizadas no Corredor Vera Arruda, no bairro da

Jatiúca, na Praça do Skate, Ponta Verde, e no Gogó da Ema, localizado na orla da Ponta Verde. Antes de sua realização, tem início um período de credenciamento de empreendedores, que enviam imagens de seus produtos para análise da curadoria do evento.

O espaço da feira apresenta um zoneamento que se divide em três grandes áreas. A primeira é o palco, onde acontecem as apresentações culturais para atrair público. A segunda é a área gourmet, onde são comercializados alimentos para o público. E a terceira é área dedicada à exposição dos produtos; nessa zona, o espaço de cada empreendedor é demarcado pelo mobiliário expositor, por isso, se justifica sua importância para o ponto de venda nesse evento. Na Figura 2, estão representados o palco da Feirinha Cool (a.) e as áreas gourmet (b.) e exposição de produtos (c.) da Feirinha Empoderada, chamadas de Comes&Bebes e Arte&Decor na linguagem dessa feira especificamente.

Figura 2: Zonas das feiras criativas.



Fonte: Acervo pessoal.

O mobiliário utilizado nesses espaços pode ser alugado da organização do evento, que oferece aos participantes essa possibilidade a um custo pré-determinado, ou trazido pelo próprio participante. Por ter uma identidade jovial e descontraída, costuma-se utilizar mobiliário de madeira pinus e compensada, muito comum em projetos que buscam essa atmosfera.

3 DESIGN DE MOBILIÁRIO

Mobiliário é um termo utilizado para designar aquilo que é relativo a móveis, mobília, ou bens móveis (FIGUEIREDO, 2010). Pode ser entendido também como um conjunto de móveis, objetos ou equipamentos, produto da atividade do homem na sua busca por adaptar o espaço às suas necessidades. Por isso, pode apresentar funções diversas, tais como: suportar o corpo humano, estocar e apoiar objetos (FOLZ, 2002). O design de produto, dentro da perspectiva de mobiliário, se ocupa da concepção de móveis, através de um processo criativo dinâmico, abrangendo desde a pesquisa, concepção e avaliação, podendo se apropriar de diferentes técnicas e saberes nessa construção (BAXTER, 2016).

Ao falar sobre o processo criativo de produtos, Baxter (2011) aponta a criatividade como o coração do design, necessária em todas as etapas do projeto. De acordo com o autor, os mecanismos dessa habilidade humana ainda são desconhecidos, mas afirma que existem diversos métodos que, embora não garantam sucesso, servem como estímulo, orientando e promovendo o processo criativo.

Baxter (2011) destaca também a importância de ser estabelecida uma matriz de avaliação, com critérios levantados durante o processo de *briefing*, para poder avaliar as alternativas desenvolvidas. Tais critérios representam o desdobramento das metas e das fronteiras do problema que motivaram o projeto. Mitchell (2008) concorda com o exposto pelo autor, dizendo que é preciso ter a capacidade de produzir interpretações funcionais do problema e de fazer comparação com os requisitos apresentados durante a formulação do mesmo.

Dentro das abordagens conceituais do projeto de mobiliário, podem ser agregadas diferentes propostas funcionais. Entre elas, encontra-se a modularidade dos elementos constituintes do produto final. A abordagem modular incorpora ao mobiliário características de flexibilidade, multifuncionalidade, permutabilidade, transportabilidade e padronização. Dessa forma, o produto consegue se adaptar a um programa de necessidades muito mais amplo, sendo configurado de acordo com o contexto onde será utilizado pelo usuário (FOLZ, 2002).

González e Toledo (2012) também sugerem que, quando se desenvolvem produtos com foco na satisfação do cliente, deve-se considerar a integração dos mesmos ainda nas etapas iniciais de concepção de um novo produto. Para esses autores, essa integração é importante porque, por um lado, uma empresa possui capacidade produtiva para desenvolver soluções, e por outro, os clientes possuem informações sobre seus problemas e necessidades. Por isso, a proximidade entre esses dois atores, no processo de desenvolvimento de produtos, aumenta a probabilidade de alcançar resultados mais adequados.

3.1 Modularidade

O termo módulo deriva do latim *modulus* que se refere a uma medida de comprimento (MILLER; ELGARD, 1998). Um módulo é definido e quantificado a partir de um projeto fundamentado na geometria e proporcionalidade (MANENTI, 2010). A ordenação também é um princípio importante nesse processo visto que conduz a uma percepção da relação entre as partes e o todo, auxiliando no dimensionamento do projeto (VIERO, C. F.; DE LIMA NUNES, F., 2016).

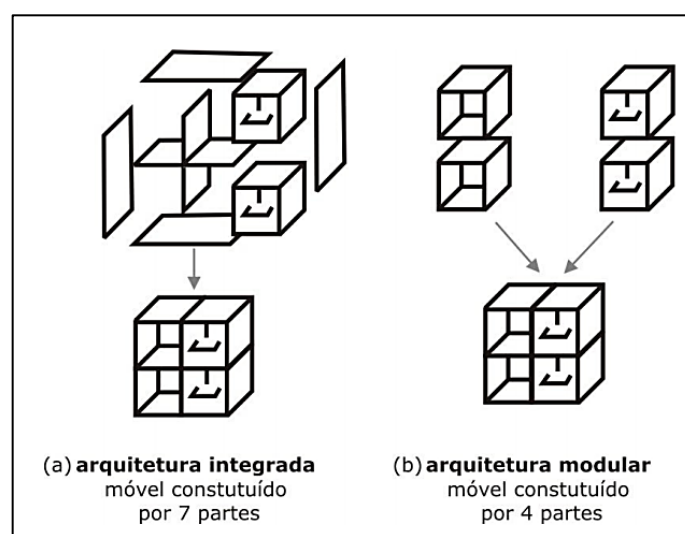
O módulo está relacionado a alguns conceitos que auxiliam na sua compreensão: interface, arquitetura de produto, plataforma de produto, família de produto e customização em massa (SONEGO, 2009):

- As interfaces representam as superfícies pelas quais os módulos entram em contato (MILLERD; ELGARD, 1998);
- A arquitetura do produto é a estrutura física e sua escolha tem relação direta com as funções atribuídas ao objeto (STONE; WOOD; CRAWFORD, 2000);
- A plataforma de produto é um conjunto de elementos que servem de base para a criação de diferentes produtos de uma mesma família de produtos;
- A família de produto agrega os diferentes produtos que são criados a partir de uma plataforma e, portanto, guardam semelhanças entre si;
- A customização em massa refere-se à possibilidade de oferecer customização ao cliente a partir de um conjunto pré-definido de

componentes, reduzindo custo de produção por reconfiguração do sistema produtivo.

Nesse ponto, é importante esclarecer alguns conceitos de modularidade. A modularidade é um aspecto relacionado à estrutura (arquitetura) do objeto que pode se apresentar em uma abordagem integrada e modular. Quando o objeto é visto como sistema, entende-se que ele é o conjunto de subsistemas formados com partes desse objeto. A partir da análise do objeto como sistema, a integração diz respeito à necessidade de várias partes para exercer uma função específica. A modularidade, por sua vez, concede um estado de independência das funções exercidas pelos subsistemas. A Figura 3 reforça a diferença entre os dois conceitos (SCHREINER, 2009).

Figura 3: Arquitetura integrada x arquitetura modular.



Fonte: Schreiner, 2009.

A prática de estruturar módulos denomina-se modularização. Pode-se pensar a modularização sob a ótica da estrutura ou da função. No que se refere à estrutura, entende-se como a técnica que usa componentes que guardam semelhança formal para desenvolver um produto complexo. A perspectiva da função traz o entendimento de modularização como processo de criação de unidades que agregam ao produto funções discretas (KAMRANI; SALHIEH, 2010).

A seguir, estão alguns exemplos de mobiliários contemporâneos desenvolvidos sob o princípio da modularidade.

A Figura 4 apresenta a Estante Stackle pensada como um conjunto de módulos de 1,00 x 0,40 x 0,40m que se conectam a partir do empilhamento. O produto é assinado por Thinkk Studio e tem como material de fabricação o carvalho e o alumínio.

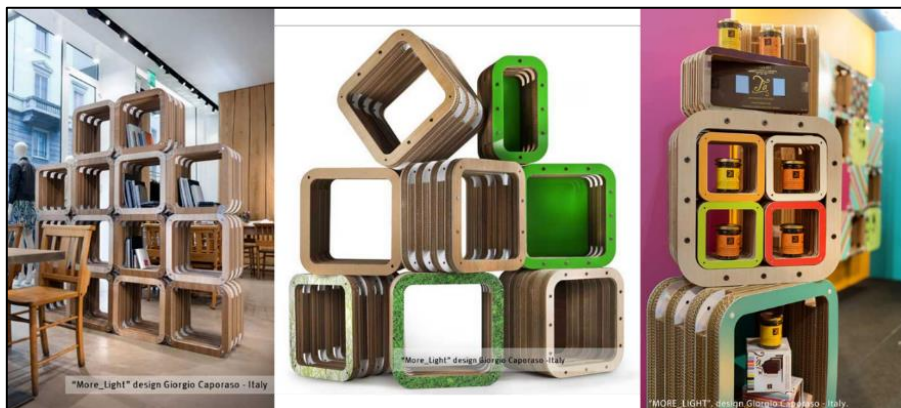
Figura 4: Estante Stackle.



Fonte: Martucci, 2015.

Na Figura 5, há imagens do More Light, produto criado por Giorgio Caporaso, italiano, no ano de 2012. O mobiliário tem a possibilidade de fabricação em papelão (coleção ecodesign) ou madeira. Cada módulo se constitui em uma sobreposição de camadas do material escolhido, facilitando a segregação para descarte no fim da vida útil do produto. A técnica utilizada para montagem dos módulos é o empilhamento, a partir da qual surgem configurações diversas que atendem às funções de estantes, bancos e divisórias.

Figura 5: More Light.



Fonte: Caporaso Design, 2013?.

3.2 O processo de design de Löbach

Ao abordar sobre processo de projeto de produto, Löbach (2001) afirma que se trata de um processo criativo e de solução de problemas. Esse conceito reforça o fato de que criar produtos não é uma livre criação do imaginário do designer sem um propósito e põe em destaque a necessidade do cliente como foco do projeto. O autor ainda apresenta um modelo para orientar o desenvolvimento de produtos.

O processo apresentado por Löbach é estruturado em fases distintas sobre períodos específicos da concepção do produto que podem coexistir conforme necessidade do processo criativo. Isso acontece devido ao fato de o modelo de Löbach possuir o precedente da análise e feedback do que está sendo produzido, podendo avançar e retroceder fases, além de rodar fases simultaneamente. A seguir, são apresentadas as fases dessa metodologia.

a) Fase 1: Análise do problema

Nessa fase, busca-se conhecer o problema para que haja o entendimento das características desejadas para a solução e sejam estabelecidas suas metas de desempenho que orientarão as decisões pela equipe de desenvolvimento. Essa análise, portanto, é multifatorial e aborda aspectos das necessidades dos clientes, assim como relações sociais do produto, aspectos econômicos, ambientais, legais, estruturais e de

configuração, mercadológicos, históricos, funcionais, materiais de processo de fabricação.

b) Fase 2: Geração de alternativas

Fase de geração de ideias baseadas nas informações reunidas durante a análise do problema. A mente deve trabalhar livremente nessa fase, agindo sem julgamentos para gerar uma tempestade de ideias que serão escolhidas e refinadas posteriormente ao associarem-se aos critérios. Löbach prevê que a tentativa/erro e a espera da inspiração são métodos possíveis nessa fase, mas alerta para a existência de métodos menos aleatórios que podem encurtar o tempo para chegar a uma solução viável. A associação livre das ideias é útil nessa fase, onde se realiza constantemente o distanciamento e a aproximação do problema para pensar livremente e com coerência. A técnica de esboços também é fundamental nessa fase.

c) Fase 3: Avaliação das alternativas

Representa o momento de selecionar e avaliar as ideias da fase 2. Para fazer essa avaliação, os critérios encontrados na fase 1 devem estar claros. Geralmente, a decisão resulta de um trabalho conjunto de uma equipe que representa diferentes setores da empresa. O processo de análise das alternativas será orientado com foco em dois fatores-chaves: o atendimento às necessidades do cliente e o êxito financeiro da empresa.

d) Fase 4: Realização da solução do problema

Como última etapa do desenvolvimento de produto, tem-se a materialização da alternativa escolhida. Embora seja a fase final, a alternativa ainda precisa ser aperfeiçoada. É comum que a alternativa escolhida seja resultado de uma combinação de ideias que foram analisadas na fase 2. Na fase 4, ela será refinada, estruturada, detalhada e modelada. Todas essas informações são documentadas e encaminhadas para os decisores de produção.

4 MATERIAIS E MÉTODOS

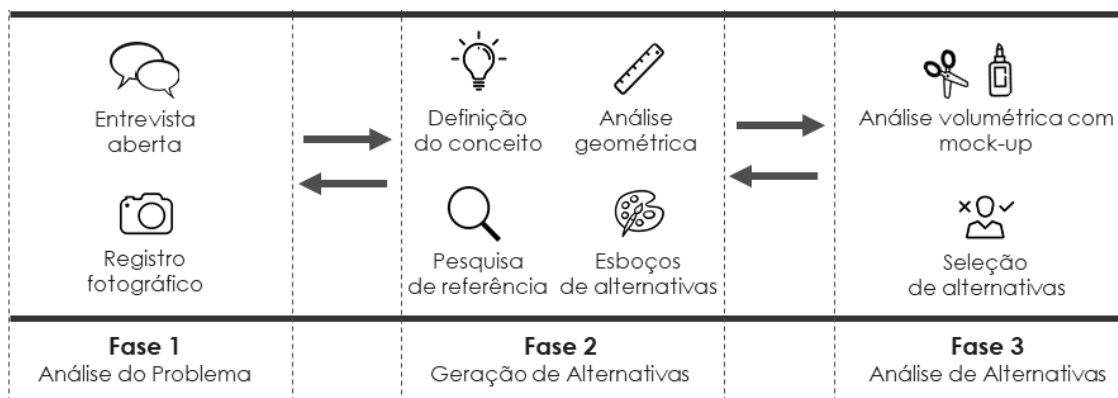
Os resultados aqui apresentados são provenientes de uma pesquisa realizada de dezembro de 2019 a junho de 2021. A pesquisa teve como base a metodologia de desenvolvimento de produtos de Löbach (2001) que consta na Seção 3.2. Por se tratar de um estudo preliminar, dentre as fases apresentadas pelo autor, os resultados produzidos alcançaram até a Fase 3.

De um modo geral, na busca do cumprimento das fases previstas por Löbach (2001), foram adotadas ferramentas usuais do processo criativo do designer, tais como:

- conceituação do projeto e criação de um painel semântico que consolide a proposta do conceito (FARIAS, 1994);
- construção de painel para levantamento de referências de imagens, textos, texturas e materiais representativos do projeto (MELLO, 2011);
- esboços para geração de alternativas para o mobiliário (MELLO, 2011);
- criação de *mock-up* para representação tridimensional e análise do modelo escolhido (MELLO, 2011);
- modelagem de soluções (LÖBACH, 2001).

A seguir, é relatado como foi realizada com base em Löbach (2001), conforme diagrama da Figura 6:

Figura 6: Fases da pesquisa.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Para o cumprimento da Fase 1 (análise do problema), foi feita pesquisa de campo (SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P., 2009) com visitas a três feiras que estavam sendo realizadas no período de 24 de dezembro de 2019 a 18 de janeiro de 2020: Espaço de artesanato do Natal de Folgedos, Feirinha Empoderada e Feirinha Cool. A escolha dessas feiras se deu pela similaridade de sua tipologia e por estarem acontecendo no período da pesquisa de campo.

Durante as visitas, foram feitos registros fotográficos do mobiliário encontrado e entrevistas abertas¹ com alguns empreendedores que estavam expondo seus produtos. Essa integração do público-alvo do projeto ao seu desenvolvimento é uma orientação de González e Toledo (2012). Nesta etapa, foi possível estabelecer o *briefing* do projeto a partir das falas dos empreendedores e da observação do mobiliário utilizado nas feiras cujas imagens constam na Seção 5.1.

Na Fase 2 (geração de alternativas), foi definido o conceito do produto. Para criação do conceito, foi realizada pesquisa documental de material audiovisual, produzido com empreendedores de feiras semelhantes às estudadas, com a finalidade de compreender o processo de criação desses empreendedores. Dessa forma, chegou-se ao conceito e à criação do painel semântico. A Fase 2 ainda contou com a análise das formas pré-existentes nos mobiliários das feiras para identificar a relação da geometria e suas funções nesses contextos. Além disso, foram feitas pesquisas de referência de mobiliário resumidas em um painel e, posteriormente, os esboços de alternativas.

Para a Fase 3 (avaliação das alternativas), tomou-se como base a matriz de requisitos resultante da etapa de *briefing* e fez-se a análise das soluções pensadas na Fase 2. A análise não foi restrita à exclusão de alternativas, uma vez que, nessa etapa, considerou-se a possibilidade de integração de ideias diferentes para produzir novas alternativas também, prática prevista por Löbach (2001). O uso de *mock-ups* para estudos volumétricos e modelagem 3D também foram utilizados nesta fase.

¹ As entrevistas foram realizadas anteriormente à Resolução nº33/CS/IFAL de 09 de junho de 2020.

5 PLATAFORMA Q+

Nesta seção, está descrito o percurso criativo do mobiliário expositor. Inicia-se com a apresentação das feiras visitadas e o resumo do que foi visto em expositores e mix de produtos. As visitas foram essenciais para a compreensão da dinâmica das feiras criativas da cidade de Maceió. Por conta, da situação pandêmica da COVID-19, essas feiras foram suspensas, o que impediu a possibilidade de novas visitas.

Segue-se com a conceituação do projeto, fundamentado principalmente na oralidade de alguns empreendedores criativos documentada em produto audiovisual ao qual se teve acesso durante a pesquisa. O conceito conduziu o processo criativo e incorporou à plataforma de produtos a dinâmica que se esperava dele.

Por fim, foi realizada uma proposta de mobiliário modular cuja característica é se transformar em diferentes mobiliários a partir de vários arranjos dos mesmos elementos. A proposta teve como técnica projetual o uso de esboços, *mockup* e modelagem computacional.

5.1 Feiras visitadas

Uma parte do estudo ocupou-se da pesquisa de campo para observação das feiras efêmeras que aconteceram na cidade de Maceió no período de 24 de novembro de 2019 a 19 de janeiro de 2020. Essa etapa da pesquisa teve como objetivo identificar a configuração dos mobiliários de exposição de produtos nesses eventos, ter contato direto com os empreendedores e realizar levantamentos preliminares de *briefing* para o projeto aqui proposto.

Vale destacar que as visitas tiveram foco no estudo do mobiliário, portanto, não se buscou avaliar outros aspectos do espaço que competem ao designer de interiores, como leiaute, iluminação, conforto térmico, comunicação visual. Por isso, as imagens das feiras apresentadas nos Quadros 2, 3 e 4 representam apenas os mobiliários utilizados e seus respectivos produtos. As feiras visitadas foram o espaço de artesanato do Natal de Folguedos, a Feirinha Empoderada e a Feirinha Cool.

a) Natal de Folgedos

O Natal de Folgedos é um evento cultural que acontece na cidade de Maceió no último mês do ano com realização organizada pela prefeitura da cidade. Com uma proposta voltada a fomentar o turismo no fim do ano, a festa marca a abertura do verão na capital e conta com um mix de atrações, tais como: decoração natalina da orla de Maceió com iluminação LED, apresentações da tradição popular do estado, feira gastronômica, artesanato e música ao vivo com artistas locais (SEMTEL, 2019).

A edição visitada ocorreu na Praça Multieventos, localizada na orla da Pajuçara, no período de 24 de novembro a 22 de dezembro de 2019. O espaço do artesanato foi composto com exposição do trabalho realizado por artesãos alagoanos que possuíam registro de atividade de artesão, na busca por apresentar produtos genuinamente alagoanos. Os resultados da visita encontram-se no Quadro 2.

Quadro 2: Relatório da visita ao espaço de artesanato do Natal de Folguedos 2019.

ESPAÇO DE ARTESANATO NATAL DOS FOLGUEDOS

Perfil do participante: exclusivo para artesão com registro de atividade de artesanato.

Categoria de produtos vendidos: bonecas de tecido, itens de vestuário, acessórios de moda, esculturas de pequeno porte, fantoches.

Tipos de mobiliário utilizado: estante cavalete, estante ripada, cavalete com arara e cabideiro.

Material de fabricação: predomina madeira compensada e pinus.

Cor e acabamento: cor natural da madeira utilizada, acabamento rústico.

Registro Fotográfico



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

b) Feirinha Empoderada

A Feirinha Empoderada surgiu da idealização de duas mulheres, Anielle Silva e Ingrid Ramires, com o objetivo de ser uma rede de apoio para auxiliar pequenas empreendedoras a se inserirem no contexto de feiras, eventos e atendimento ao público. Dessa forma, a equipe de organização se dispunha a ir além da concessão de espaço, atuando também como suporte às empreendedoras antes, durante e depois da realização do evento (FEIRINHA EMPODERADA, 2020).

Com uma proposta voltada para mulheres empreendedoras, a feira busca desenvolver em suas participantes a visão de suas respectivas marcas como sendo um negócio, e não como uma atividade transitória decorrente de alguma situação de desemprego. Para promover boas relações entre as diversas marcas expostas, a organização do evento trabalha o conceito de cooportunidade em substituição da competitividade. De acordo com Anielle Silva (organizadora da feira), a cooportunidade se baseia na ideia de que negócios do mesmo segmento podem coexistir e desenvolverem uma relação de cooperação, trocar ideias e crescerem juntos (FEIRINHA EMPODERADA, 2020).

Outro valor da Feirinha Empoderada é a sororidade, que consiste na aliança entre as mulheres. A partir desse valor, a organização se propõe a dialogar sobre questões como o estigma da rivalidade feminina, reforçar o valor do empreendedorismo feminino coletivo e pensar outros caminhos onde mulheres possam apoiar umas às outras para que seus empreendimentos evoluam com profissionalismo e expressividade. Todas essas questões são trabalhadas também em palestras e apresentações artísticas durante a realização do evento. (FEIRINHA EMPODERADA, 2020).

O relatório da visita realizada no dia 18 de janeiro de 2020, na edição que aconteceu no corredor Vera Arruda (bairro Jatiúca), encontra-se disponível no Quadro 3.

Quadro 3: Relatório da visita à Feirinha Empoderada.

FEIRINHA EMPODERADA

Perfil do participante: mulheres empreendedoras.

Categoria de produtos vendidos: bonecas de tecido, itens de vestuário, acessórios de moda, copos de silicone.

Tipos de mobiliário utilizado: estante cavalete, biombo, estante ripada, cavalete com arara, cabideiro, mesa de madeira.

Material de fabricação: predomina madeira compensada e pinus, também foi encontrado mobiliário tubular.

Cor e acabamento: cor natural da madeira utilizada, acabamento rústico, tubo metálico com pintura.

Registro Fotográfico



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

c) Ferinha Cool

A Ferinha Cool é uma idealização de Maria Helena (Lena), organizadora da feira. O projeto surgiu quando Lena sentiu a necessidade de vender seus produtos em outros locais da cidade, além da sua loja. Por não ter encontrado esse local, decidiu criar esse espaço na cidade de Maceió. Em 2017, surgiu, então, a primeira edição da Ferinha Cool em uma cafeteria com a participação de cerca de 10 criativos (FERINHA COOL, 2020).

A feira cresceu e hoje reúne em média 50 marcas, embora já tenha chegado a agregar 150 marcas em uma edição. Sua proposta é levar arte, cultura e principalmente divulgar o trabalho de pequenos empreendedores criativos, promovendo um espaço onde eles possam ser conhecidos além das redes sociais (FERINHA COOL, 2020).

A visita à Ferinha Cool foi realizada em 18 de janeiro de 2020, visto ocorreu no mesmo período que a Ferinha Empoderada e em locais próximos. A edição visitada ocorreu na praça Gogó da Ema da cidade de Maceió. O relatório do que foi observado encontra-se no Quadro 4.

Entre os produtos expostos, encontrava-se as peças da Valéria e da Rita, egressas do curso de artesanato do IFAL (primeira imagem do Quadro 4), compartilhando o mesmo ponto de venda. A Valéria expôs peças produzidas com cabaças e estruturas de madeira com esculturas de caranguejo de crochê. A Rita, por sua vez, apresentou mandalas de crochê criadas sobre um painel de madeira. O expositor foi produzido e organizado com o apoio da professora Juliana Monteiro, coordenadora do curso de artesanato no período do evento. A composição foi realizada com empilhamento de caixotes com fechamento ao fundo na cor preta para promover contraste e dar destaque às peças.

Quadro 4: Relatório da visita à Feirinha Cool.

FEIRINHA COOL

Perfil do participante: mulheres empreendedoras.

Categoria de produtos vendidos: bonecas de tecido, itens de vestuário, acessórios de moda, copos de silicone, canetas.

Tipos de mobiliário utilizado: estante cavalete, painel ripado, cavalete com arara, cabideiro, mesa de madeira, caixotes, biombo, mesa de plástico, estante de plástico.

Material de fabricação: predomina madeira compensada e pinus, também foi encontrado mobiliário de plástico.

Cor e acabamento: cor natural da madeira utilizada, acabamento rústico, plástico.

Registro Fotográfico



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

d) Considerações Gerais

Durante o levantamento fotográfico, percebeu-se uma preferência pelo uso da madeira pinus. Ao entrevistar algumas pessoas que estavam expondo na feira, questionou-se o motivo dessa preferência. O uso foi justificado devido ao custo mais acessível, à facilidade de corte e à rusticidade que se considerou adequada ao produto que estava sendo vendido.

Quando perguntadas sobre de onde vinham as ideias para a construção do mobiliário, as pessoas respondiam que buscavam ideias em lojas, na rede social Pinterest e em mobiliário de feiras (inclusive de alimentos) que visitavam e adaptavam às suas necessidades.

Na hora de tomar a decisão entre comprar um mobiliário pronto ou produzir sob medida, há a preferência por fazer o mobiliário, seja encomendando a um profissional especializado em marcenaria ou por meio de fabricação própria. Quando questionada sobre por que preferiu produzir em vez de comprar, uma expositora respondeu “Onde tem um móvel que sirva para o que eu preciso aqui?”. Outras expositoras também reforçaram a dificuldade de encontrar mobiliário que se adequasse às suas necessidades de acordo com as características dos seus produtos. Outro fator apontado foi o alto custo de aquisição de um mobiliário que se aproximava do que gostariam de usar como expositores.

Como foi apontada que havia a dificuldade de encontrar um mobiliário adequado e preferia-se produzir em vez de comprar, questionou-se o que é levado em consideração na hora de pensar o modelo do mobiliário. As características do produto vendido (roupa, copos, canetas, acessórios de moda, entre outros), as cores do produto e a facilidade de transporte foram os principais requisitos de projeto.

Percebeu-se também, em alguns expositores, a necessidade de comunicar a identidade visual da marca, quando era o caso de existir uma identidade elaborada. Esse requisito era atendido com placas fixadas ao mobiliário, em sua maioria, na parte superior. A partir dos conceitos de design comercial, entendeu-se essa prática como o desejo de criar um marco referencial distintivo para o expositor.

Outra característica que merece destaque no mobiliário encontrado nas feiras visitadas foi a versatilidade no uso. Foi comum, na maioria dos expositores, o uso da função primária de expor produtos agregada a uma função secundária do tipo guardar volumes e até mesmo transporte (como visto no caso de um expositor que virava uma mala). Isso se dá devido ao fato de que o custo de locação do espaço para cada vendedor varia de acordo com a dimensão escolhida por ele, selecionado dentre tamanhos padronizados pela organização do evento. Além do espaço limitado, há a necessidade de manter um estoque imediato, guardar embalagens e alguns itens pessoais no local.

A visita ao local de realização das feiras também promoveu a percepção das interferências visuais sob as quais os expositores estavam submetidos. Em todas as feiras visitadas, não havia padronização dos mobiliários utilizados e, por isso, eles apresentaram grande variedade de tipologias. Por não existir um elemento separador, cada expositor recebia interferência dos seus vizinhos. Em alguns casos, essa interferência confinava os produtos e comprometiam seu protagonismo. Um exemplo dessa situação de interferência do entorno está representado na Figura 7.

Figura 7: Exemplo de interferência do entorno sobre os produtos.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Para auxiliar no processo de desenvolvimento do produto, objeto de estudo de pesquisa, as informações observadas nas visitas geraram requisitos de projeto que foram organizadas no Quadro 5 e fizeram parte do programa de necessidades.

Quadro 5: Requisitos de projeto.

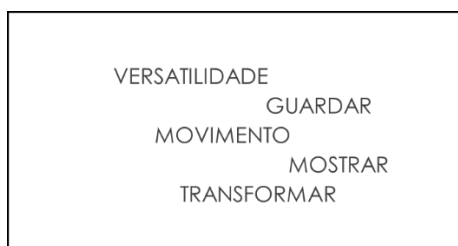
Requisitos	Motivo
Facilidade de transportar	O mobiliário será transportado frequentemente.
Facilidade para montar e desmontar	Constantemente será montado e desmontado. O foco será para uso por pessoas sem a necessidade de um profissional de montagem.
Custo acessível	O custo foi um fator apontado como base para a decisão de compra do mobiliário.
Versatilidade de uso	O mobiliário observado agregava funções de expor, guardar volumes e embalagens e auxiliar no transporte.
Neutralidade da cor	Os produtos comercializados tendem a ser coloridos. Por isso, atentar para a cor para não interferir no produto.
Produção Sustentável	Percebeu-se uma tendência pela assimilação da sustentabilidade nos valores comunicados pelas feiras.

Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

A proposta modular é uma estratégia que atende aos requisitos acima citados visto que a arquitetura apresentada por Schreiner (2009), onde componentes diferentes se integram para adicionar funções ao produto final, promove a facilidade de transporte tanto no desmembramento das partes quanto na seleção dos componentes que serão necessários para uma exposição específica. Essa característica ainda gera versatilidade de uso, reduz o custo do produto e o uso de materiais em sua produção visto que um mesmo mobiliário é capaz de desempenhar diversas funções (reuso).

Também fez-se um quadro com palavras-chaves desta etapa da pesquisa para auxiliar na construção de um percurso semântico que serviu de base para a conceituação do projeto, disponível na Figura 8.

Figura 8: Palavras-chave da pesquisa de campo.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

5.2 Conceituação do projeto

Para conceituar o projeto, buscou-se identificar quais eram as intersecções existentes entre os diferentes tipos de produtos e serviços oferecidos nas feiras estudadas. Todas as pessoas que estavam expondo seus produtos se assemelhavam pelo fato de utilizarem a criatividade para transformar suas vivências em produtos. Por isso, a criatividade foi a primeira palavra a ser adicionada ao conjunto de ideias que conduziriam ao conceito.

Tomando a criatividade como termo motivador inicial do conceito, foi possível refletir sobre como acontecia esse processo criativo dentro do contexto produtivo daquelas pessoas e como isso refletia na criação dos seus mobiliários personalizados. Muitos tomam como referência o seu entorno nas suas criações e a sua forma pessoal de perceber esse entorno. Quando pensam soluções para si e para os outros, as vivências individuais são o seu maior recurso.

O grande desafio da conceituação desse projeto foi encontrar algo que representasse o plural e o individual ao mesmo tempo, que permitisse personalidade e não estabelecesse fronteiras rígidas limitantes à criatividade. Dessa forma, entendeu-se que o conceito estaria muito mais localizado na abstração do que em um elemento estético que tivesse uma representação fechada enquanto signo. O conceito se encaminhou mais para uma representação de conduta e processo do que uma forma concreta.

Para encontrar essa representação, visto que estava se encaminhando para o campo das condutas e abstrações, foram feitas pesquisas de vídeos em plataforma *online*

que apresentassem falas de empreendedores criativos, a fim de entender como era a relação desses empreendedores com o seu processo pessoal ao criar. Duas falas foram decisivas para a construção do conceito:

Tem tanta coisa ao meu redor, que eu tô parado no tempo, eu tenho que criar. Comecei a olhar pro meu lado direito, pro meu lado esquerdo, da frente, de trás e ver que eu tinha, tenho um monte de fenômeno, de membros, aonde eu posso construir uma arte (...) Tudo o que eu tenho aqui no meu espaço, no meu ambiente, eu uso como membro, como ferramentas pra compor [Transcrição da fala do compositor Zé Maria Pescador] (SEBRAE RN, 2020, 2min14s).

Foi uma coisa que, nossa, mexeu pra caramba com a minha cabeça. Ah, você faz isso, isso e isso. Mas, e o que mais? O que mais você pode oferecer? E o que mais? Esse ‘o que mais’ foi que mexeu demais com a minha cabeça [Transcrição da fala da artesã Cristiane] (CINGULADO, 2016, 7min12s).

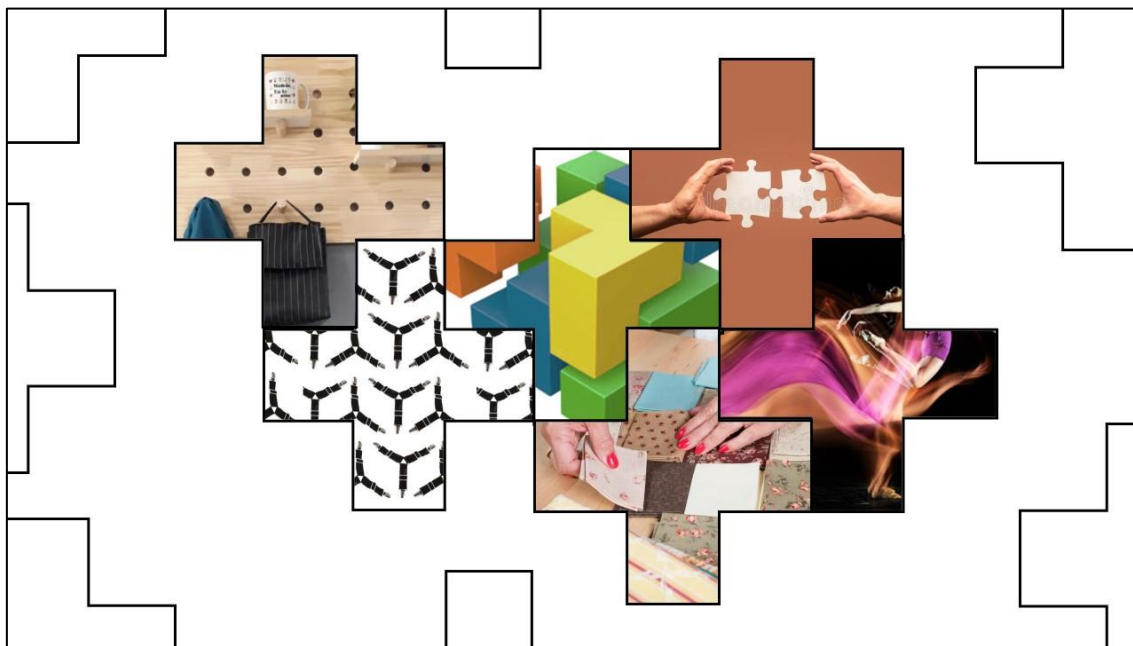
A fala de Zé Maria Pescador levou à compreensão de que o projeto precisaria apresentar essa característica de ‘tudo ao redor’ que pode ser usado para criar. Dessa compreensão, surgiu a ideia de propor não exatamente um produto, mas, sim, uma plataforma de produtos que oferecesse diversos elementos que seriam agrupados conforme a necessidade de cada pessoa. A plataforma de produtos é um conceito de modularidade que promove essa personalização pretendida para o conceito. Pode-se afirmar que o ‘tudo ao meu redor’ conduziu o conceito à solução de estrutura do projeto, ao seu aspecto tangível.

Por sua vez, Cristiane trouxe a conduta do conceito. ‘O que mais?’ carrega a força que instiga o processo criativo que se pretendia para o projeto. Em sua fala, foi possível assimilar a abstração para a qual o conceito estava se encaminhando e que, até então, só se sabia que tinha relação com a palavra criatividade. Assim, definiu-se como conceito para o projeto o Q+.

O Q+, dentro do percurso apresentado, é uma plataforma de produtos que tem por objetivo oferecer elementos modulares para que cada pessoa os utilize conforme sua necessidade, trazendo na sua base conceitual a dinâmica de buscar sempre o que mais pode ser criado a partir daquela plataforma. Por isso, não apresenta fronteiras rígidas para as possibilidades. É uma plataforma pensada para fazer parte do tudo ao redor na busca do que mais de cada um.

Para reforçar a visualização do conceito, foi criado um painel semântico (Figura 9) que incorpora a adição e transformação propostas pelo conceito.

Figura 9: Painel semântico.



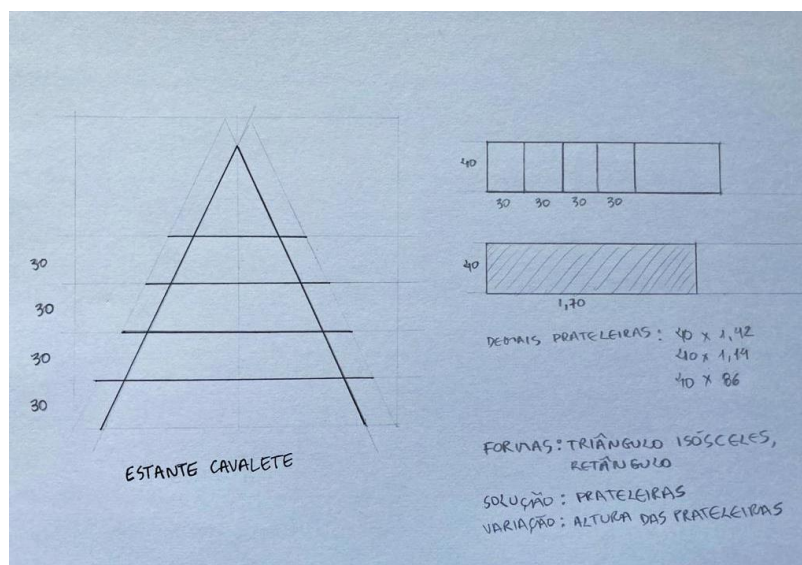
Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

5.3 Análise das formas pré-existent

Antes de começar a esboçar soluções volumétricas para o projeto, foi realizada a análise das formas encontradas em alguns mobiliários utilizados nas feiras durante as visitas e suas dimensões aproximadas. Essa análise auxiliou na compreensão da geometria comumente utilizada nesses contextos. Posteriormente, essas formas foram confrontadas sob a ótica da literatura de design comercial para que o dimensionamento se adequasse ao conceito de diagramação previsto por Lourenço e Sam (2019) para espaços comerciais.

A Figura 10 apresenta a análise das formas da estante cavalete. Esse modelo estante trabalha com as formas do triângulo e do retângulo para oferecer solução de prateleiras. A principal variação encontrada foi a altura das prateleiras e seus respectivos comprimentos que acompanham os lados do triângulo.

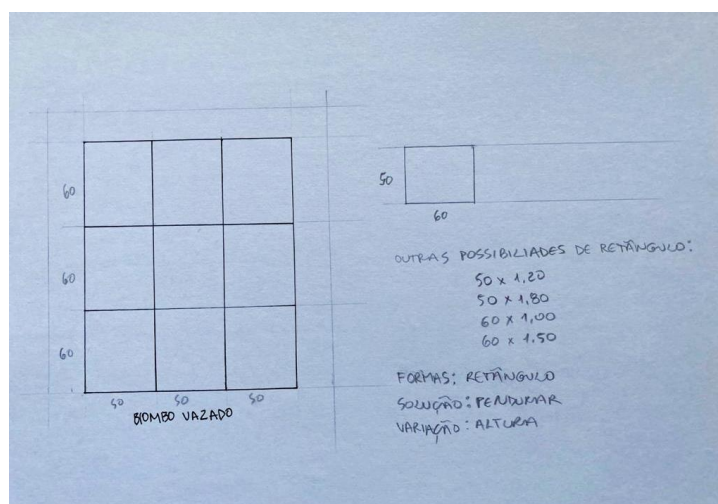
Figura 10: Análise da estante cavalete.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Na Figura 11, está representado o esquema de um biombo vazado que era utilizado como suporte para acessórios. A sua construção se dá através do elemento de um retângulo que se repete nos eixos da altura e do comprimento.

Figura 11: Análise do biombo vazado.

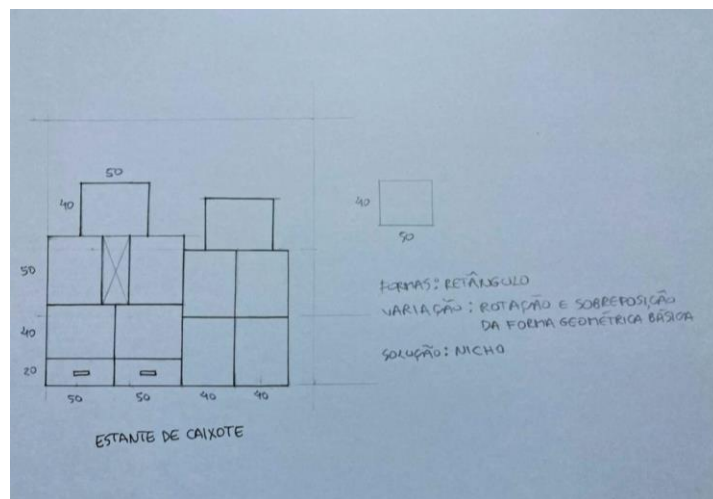


Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

A Figura 12 mostra o estudo da estante de caixote de madeira, criada para atender à necessidade de nichos. A estrutura da estante surge do empilhamento de uma

forma retangular padronizada, que se repete com variaçãõ por rotaçãõ. A rotaçãõ do retângulo promove a possibilidade de uso para objetos de objetos de diferentes alturas.

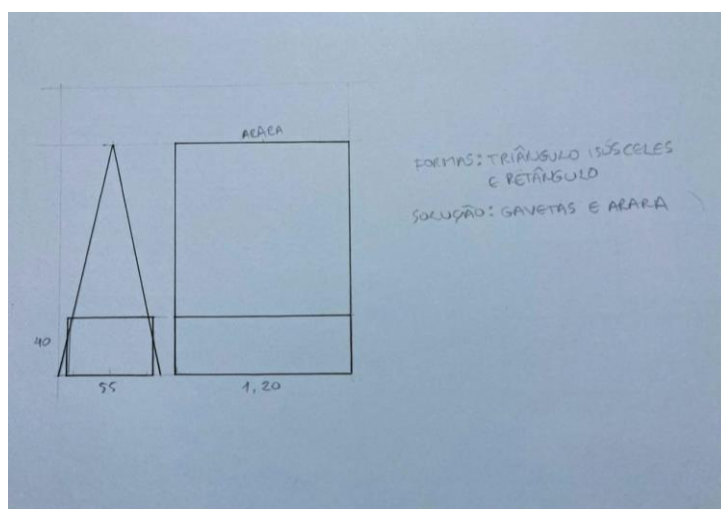
Figura 12: Estante de caixote.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Na Figura 13, está o esboço de uma arara sustentada por cavalete com gaveteiro. Na construção desse mobiliário foram utilizados retângulos e triângulos. Nesse caso, o triângulo foi o elemento que se repetiu para dar sustentação à arara.

Figura 13: Arara cavalete com gaveteiro.



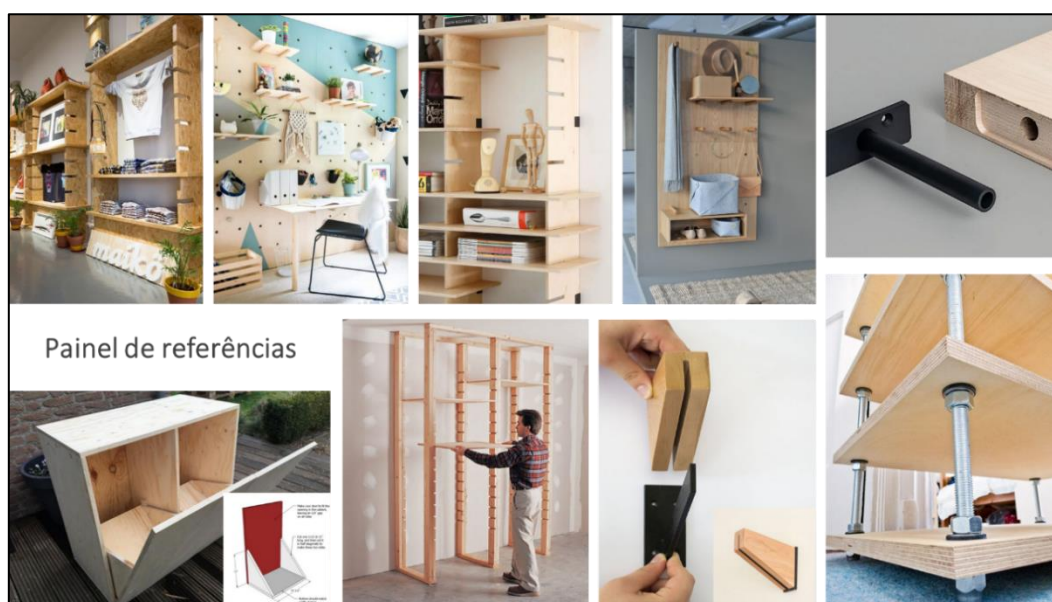
Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

A análise das formas existentes no mobiliário das feiras mostrou que o retângulo é o elemento geométrico mais utilizado nas soluções buscadas pelos expositores. Ele é aplicado em nichos, prateleiras, suportes e gavetas. O triângulo também está bastante presente, sendo mais utilizado para resolver a estrutura de suporte dos elementos que desempenham as funções primárias do mobiliário. Sua principal aplicação é como cavalete de apoio às prateleiras, araras e bancadas.

5.4 Desenvolvimento de alternativas

Com o conceito definido e a análise das formas pré-existentes, foi dado início ao processo de busca de soluções. Nesta etapa, foi primordial que os requisitos estivessem claros, principalmente aqueles que surgiram da identificação dos tipos de produtos que são expostos. Conhecer os diferentes tipos de produtos comercializados nas feiras estudadas conduziu ao programa de funções que deveriam ser desempenhadas pela plataforma de produtos. As funções nortearam a busca de referências de mobiliário, as quais estão presentes na Figura 14. Além disso, como, o mobiliário ocupa a maior parte do espaço disponível para cada empreendedor nas feiras, foi assimilado que o mobiliário exercer a macro função de vitrina apresentada por Bigal (2000).

Figura 14: Painel de referências.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Dentre as referências do painel da Figura 15, o *pegboard* (placa perfurada, em tradução literal) se destacou pela versatilidade no uso que lhe permite servir de interface para agregar diferentes funções, conforme orientam Millerd e Elgard (1998). O *pegboard* (Figura 14) é uma placa com furos que serve para apoiar objetos a partir da sua associação com elementos de sustentação como ganchos e suportes.

Figura 15: *Pegboard*.



Fonte: Macedo, 2020.

Depois da seleção do *pegboard* como interface primária, seguiu-se para os esboços de possíveis configurações desse elemento de acordo com os tipos de mobiliário encontrados nas feiras e suas respectivas funções: arara/pendurar, estante/sustentar, mesa/apoiar. Assim, foi possível definir arranjos e acessórios de suporte.

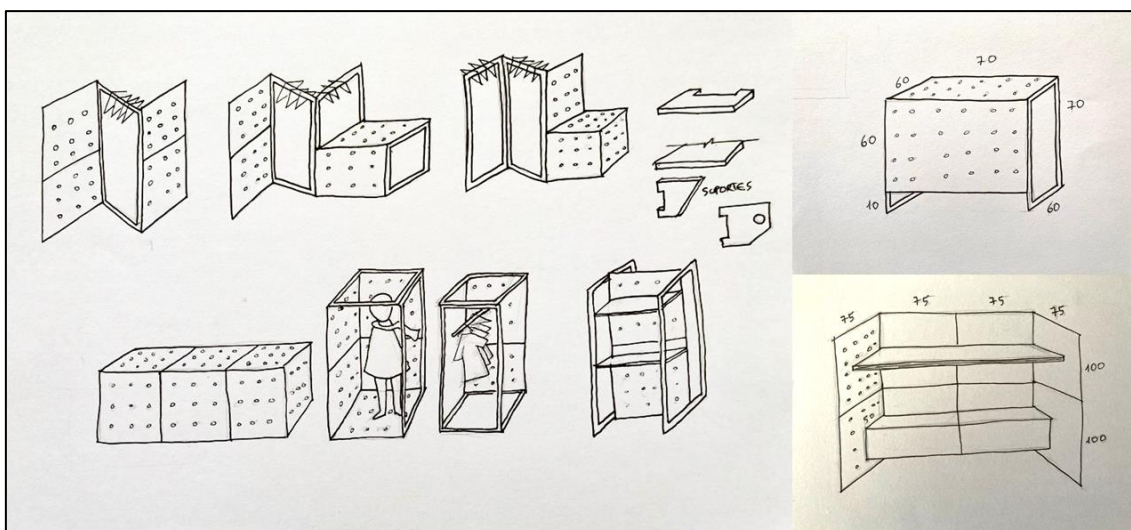
A multifuncionalidade foi um requisito criativo presente na concepção do projeto. Buscou-se ao máximo que um mesmo elemento constitutivo do mobiliário desempenhasse diferentes funções. A ideia básica era alcançar diversas configurações com o menor número de elementos possível. Quando um mesmo elemento pode ser usado para várias funções, reduz-se o custo geral do produto.

Durante a idealização desses esboços, tomou-se como prioridade a busca pela simplificação das formas, para facilitar a fabricação. Além disso, foram pensadas

dimensões cujo transporte pudesse ser feito em carros populares. Por isso, os elementos constitutivos do mobiliário foram limitados à dimensão 110 x 100 x 30 cm (Largura x Comprimento x Altura). Na etapa de definição das dimensões, foram considerados também o estudo das formas pré-existentes da seção 5.3.

Para os arranjos, foram concebidas configurações de biombo com elementos vazados e *pegboard*, mesas, suportes para prateleiras e araras, mesas, nichos para manequins, estantes com possibilidade de variação de altura das prateleiras (Figura 16). Depois, surgiu a ideia de associar essas funções umas às outras e propor arranjos como biombo/mesa e biombo/estante/mesa.

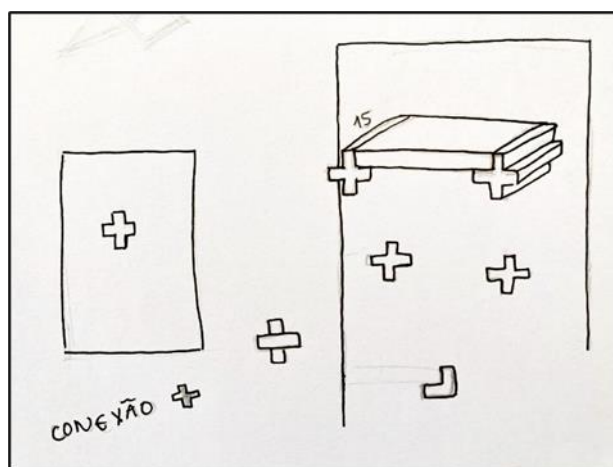
Figura 16: Esboço das configurações de mobiliário.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

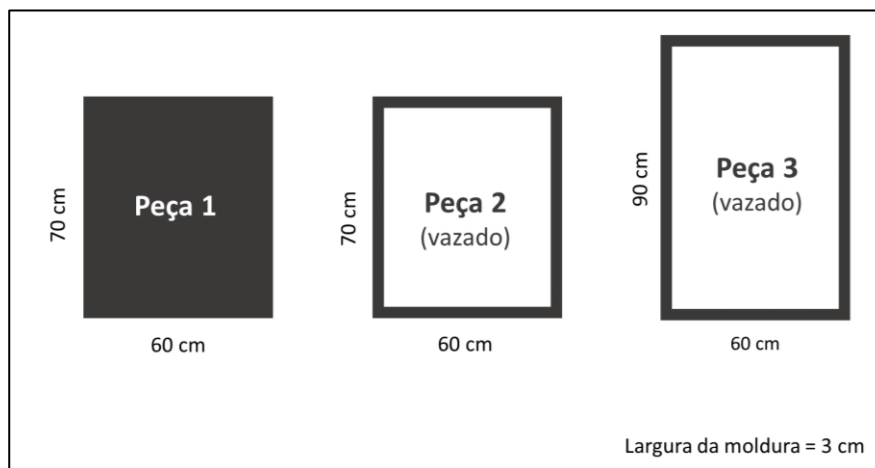
Para reforçar a identidade do conceito Q+, os furos do *pegboard* foram transformados em '+' e chamados de 'conexão +' (Figura 17). Essa decisão também foi considerada após observação da estética do painel semântico. A 'conexão +' facilita a associação de elementos na posição horizontal e vertical. O modelo inicial de suporte de prateleira tinha o mesmo formato de '+', porém, evoluiu para uma proposta mais simplificada a fim de aproveitar a versatilidade do uso horizontal e vertical. Além disso, esse formato de suporte não performa bem com prateleiras longas. Mesmo assim, é válido registrar essa ideia para estudos futuros.

Figura 17: Conexão +.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

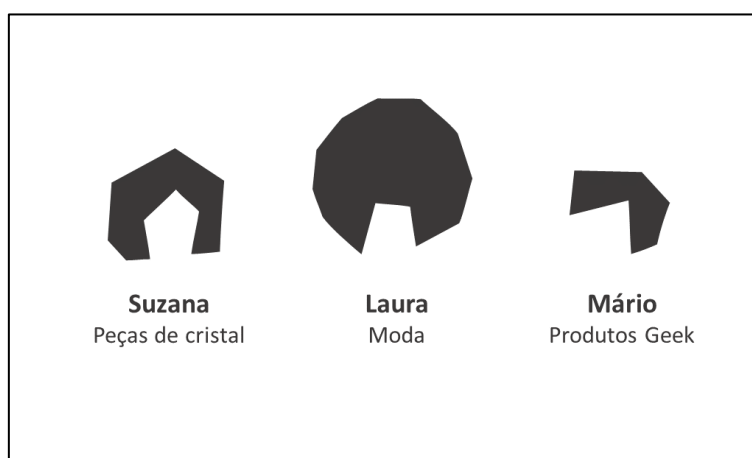
Para auxiliar no estudo das propostas de arranjos do mobiliário, foi produzido um *mockup* (maquete volumétrica de produto) em escala 1:10 e uma figura humana de 1,70m na mesma escala. Essa técnica contribuiu na percepção de como o produto se comporta enquanto volume. Especialmente pela proposta do conceito Q+, que instiga novas formas criativas, o *mockup* foi bastante útil para buscar novos arranjos. A sensação de manipular as formas, testando diferentes ideias foi um processo instigante e divertido. As dimensões das peças usadas no teste foram definidas usando múltiplos de 10 e estão representadas na Figura 18.

Figura 18: Peças testadas no *mockup*.

Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

O exercício criativo do *mockup* foi realizado tendo como objetivo atender três personas com negócios distintos. Suzana é uma mulher de muito bom gosto e trabalha com peças de cristal. Laura empreende no ramo da moda, inclusive, Suzana é uma cliente assídua dela. Mário adora animes e games, por isso, entende bem o que o público *geek* deseja quando busca quadros para decorar suas casas. Esses três empreendedores têm cabelos incríveis (Figura 19).

Figura 19: Suzana, Laura e Mário.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

A Suzana precisava de uma mesa para expor suas luminárias de cristal (Figura 20). Para atender a essa necessidade, usaram-se as peças 1 e 2. Nessa configuração, há um tampo de mesa medindo 70 x 60 cm e uma altura de 70 cm. A base foi composta com duas peças do tipo 2, criando aberturas laterais. Foi proposto um fechamento frontal para reduzir as interferências visuais, melhorar a estabilidade da base e criar um volume que se fizesse presente no ambiente. Sem esse fechamento, a espessura do tampo da mesa ficaria muito sutil e o ponto de venda desapareceria. Fechamentos laterais são uma variação possível para essa configuração. Várias mesas podem ser agrupadas lado a lado conforme demanda.

Figura 20: *Mockup* mesa.

Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

A Laura queria um mobiliário que lhe permitisse pendurar cabides e acessórios (Figura 21). Duas configurações foram testadas: biombo e cabideiro com prateleira. O biombo, criado com seis peças do tipo 1 e duas tipo 3, possui três partes de 60 cm de largura e altura final de 210 cm. As extremidades têm função de expor acessórios e o centro possui duas araras para cabides. Nesse teste, a função de cabideiro ficou comprometida pela largura da moldura (3 cm); quando duas molduras estão lado a lado, a largura total fica 6 cm. Aqui, o *mockup* serviu para identificar que essa configuração que havia sido esboçada inicialmente deveria ser melhorada. Posteriormente, testou-se um distanciamento de 5 cm entre as duas peças centrais para facilitar a entrada e saída do cabide na arara inferior.

Figura 21: *Mockup* biombo e cabideiro.

Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Como a Laura não poderia ficar sem uma solução, propôs-se outra configuração para atendê-la, utilizando as mesmas peças que ela já tinha. A proposta está representada na segunda parte da Figura 21. Ela consiste em dois fechamentos laterais, onde podem ser dispostos acessórios e dois blocos de arara ao centro, posicionados horizontalmente. Na parte superior, há um tampo para apoio de maquina e embalagens.

Por fim, o Mário buscava uma solução para expor seus quadros *geek* (Figura 22). Para ajudá-lo, construiu-se um painel com oito peças do tipo 1 e uma tipo 2, sustentados lateralmente por duas peças tipo 3 (inferior) e duas tipo 2 (superior). Inicialmente, a duas peças de sustentação lateral tinham um afastamento de 30 cm (ver lateral direita do painel da Figura 22), porém, o teste demonstrou que esse afastamento prejudicava a estabilidade da estrutura. Por isso, optou-se por eliminar esse distanciamento (lateral esquerda da Figura 22) e essa alteração contribuiu significativamente para a estabilidade geral do painel. As dimensões do painel ficaram 210 x 180 cm.

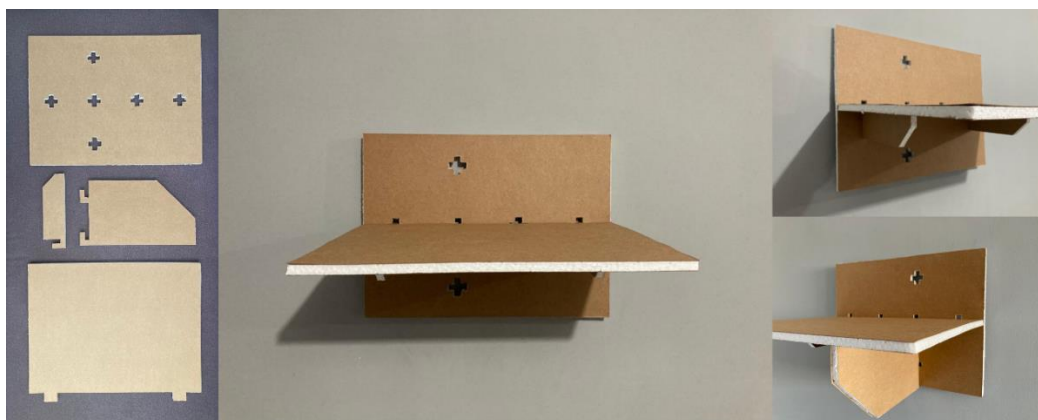
Figura 22: *Mockup* painel.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

A primeira parte do estudo de *mockup* serviu para compreender a versatilidade do uso das peças da plataforma. Sabendo-se que era possível criar diferentes mobiliários a partir dela, teve início a busca pelos elementos que seriam agregados ao painel *pegboard*. Nessa etapa, foram testados um suporte simples (15 x 5 cm), um suporte duplo (25 x 15 cm) e uma prateleira (30 x 40 cm). A base *pegboard* media 30 x 40 cm pois o objetivo era apenas testar as conexões. O estudo foi realizado com *mockup* funcional em escala real (Figura 23).

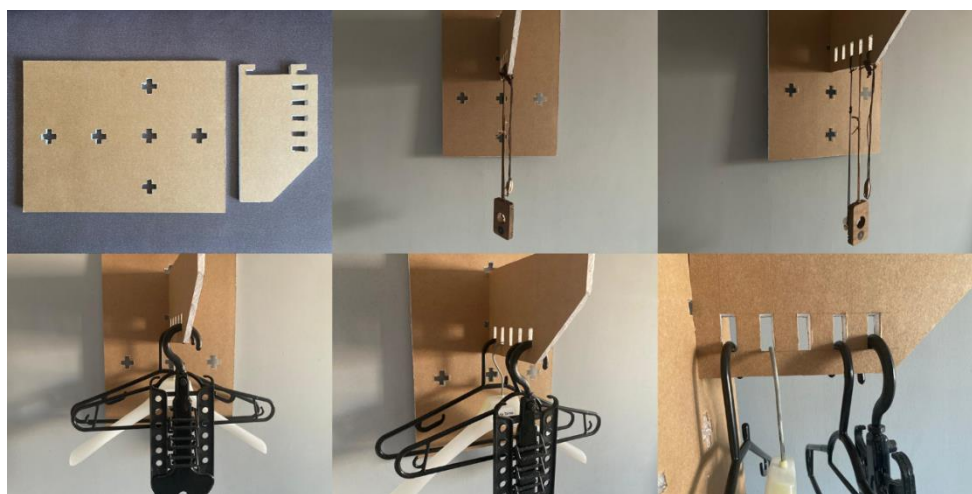
Figura 23: Estudo suporte e prateleira.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

O estudo demonstrou que a conexão do tipo ‘+’ tem boa performance com os encaixes projetados para o suporte e prateleira. A partir dessa análise, também foi possível estabelecer variações de tamanho e dimensões adequadas para uso desses elementos, bem como ajustes de proporção. Suportes de 15 cm devem ser usados com prateleiras de até 20 cm. Para prateleiras de 30 cm, usar suporte de 25 cm que possui dois encaixes. Por questão de segurança, necessidades de apoio com profundidade maior do que 30 cm, deve-se buscar outra configuração, como mesas e estantes com reforço lateral. Posteriormente, agregou-se a função de cabideiro ao suporte duplo. Essa função foi testada com diferentes cabides e acessórios (Figura 24).

Figura 24: Estudo suporte cabideiro.



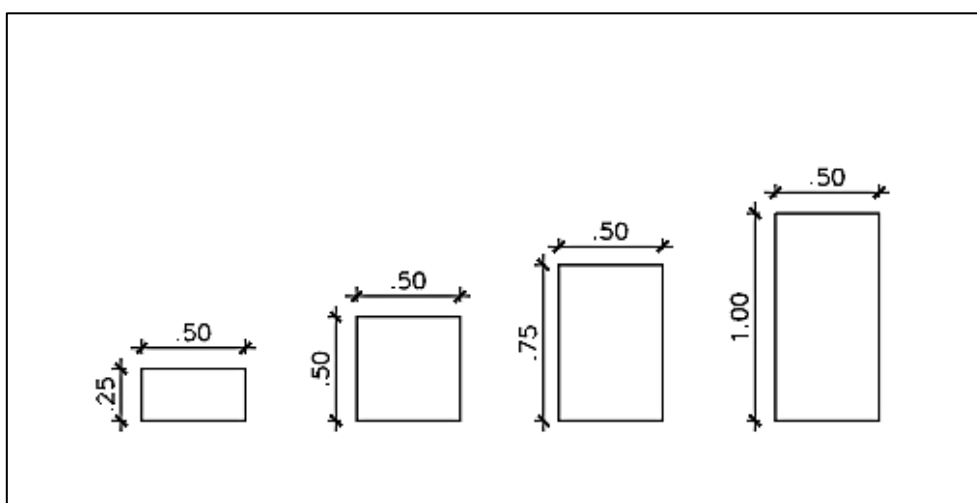
Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

5.5 Proposta final

Finalizados os testes funcionais de *mockup*, teve seguimento a maturação da proposta com ajustes de medidas e sugestões de alguns tipos de arranjos. Essa fase foi realizada com os *softwares* de modelagem Autocad e SketchUp.

O primeiro ajuste ocorreu no fator de referência da modularização. Em vez de trabalhar com múltiplos de 10, definiu-se um quadrado de 50 x 50 cm como elemento base, a partir do qual outras formas geométricas surgiram com a multiplicação de suas medidas pelos fatores 0,5, 1,5 e 2 (Figura 25). Essa alteração melhorou a interrelação entre as arestas das peças, promovendo arranjos mais harmônicos.

Figura 25: Escalonamento das formas (cotas em metro).

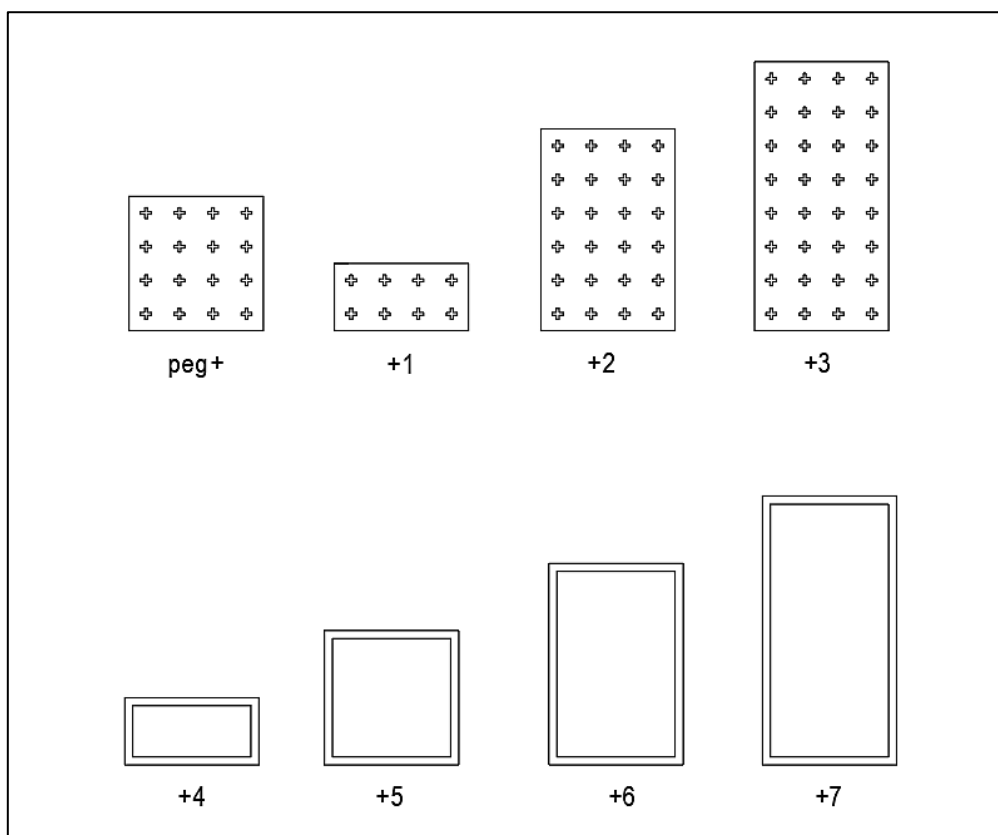


Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Tomando como base o termo *pegboard* e o conceito Q+, as peças da plataforma foram nomeadas. A placa perfurada 50x50 cm recebeu o nome de peg+, por ter sido a referência para as demais, e todas as outras peças passaram a ter o nome baseado em uma sequência numérica +1, +2, +3 etc. Dessa forma, consolidou-se o conceito de pegar mais elementos e buscar novas possibilidades, incorporando o movimento criativo. A sequência numérica infinita também reforçou o processo contínuo de evolução da plataforma que pode ser incrementada com novas peças no futuro.

Foram criados dois grupos de peças: estruturais e apoio. O grupo estrutural se refere a todas aquelas utilizadas para compor a estrutura base do mobiliário. Compreendem, até o término desse estudo, em dois subgrupos: quadro (peg+, +1, +2 e +3) e moldura (+4, +5, +6 e +7). Suas dimensões seguem o escalonamento da Figura 24 e suas representações estão na Figura 26.

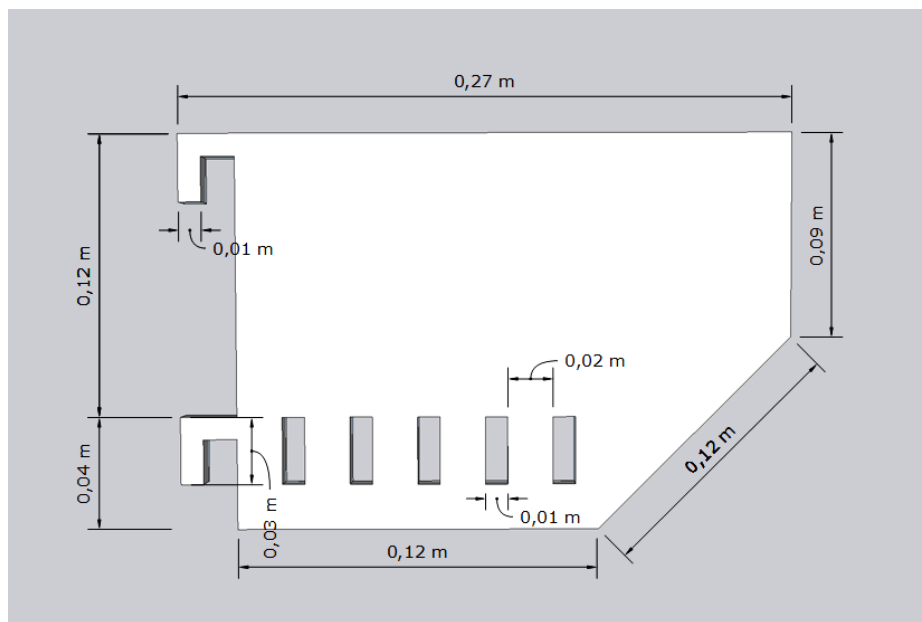
Figura 26: Peças estruturais.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

No grupo de apoio estão todas as peças que são agregadas à estrutura para exercer funções de suporte. A primeira peça de apoio foi a +8 (Figura 27), cuja função é promover o suporte às prateleiras de 25 a 30 cm de profundidade. Ela surgiu do estudo de *mockup* e recebeu recortes verticais na parte interna para exercer também a função de cabideiro e suporte de acessórios.

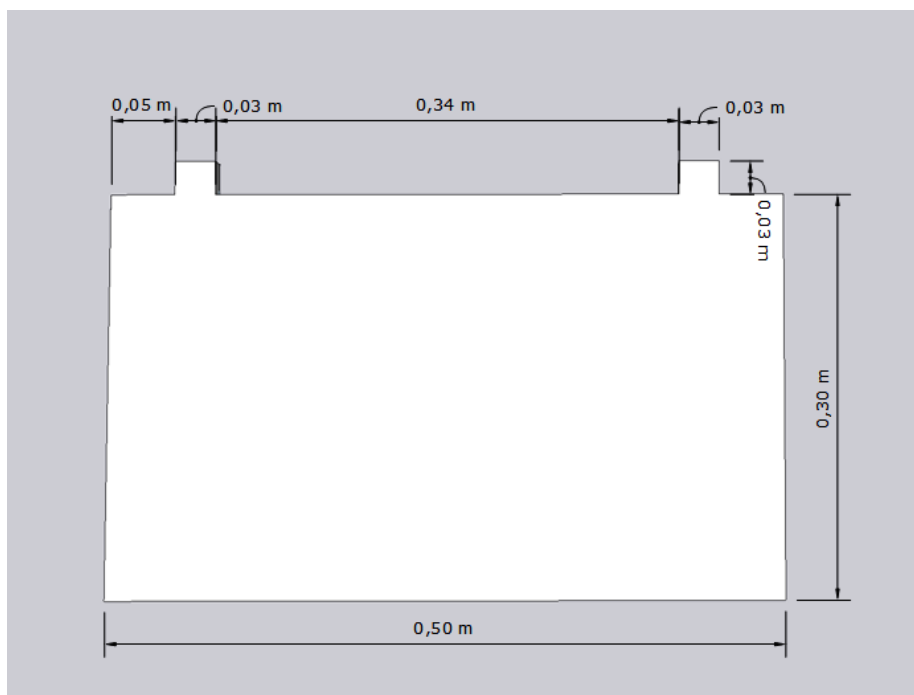
Figura 27: Apoio +8.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Além da +8, realizou-se a modelagem da +9 (Figura 28) que é uma prateleira de 50 x 30 cm (comprimento x profundidade). O apoio +9 utiliza a peça +8 como suporte.

Figura 28: Apoio +9.

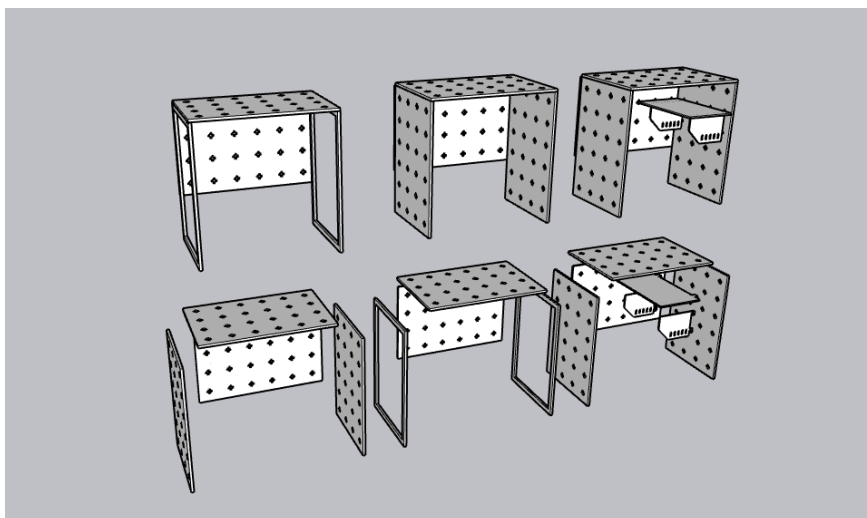


Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Para a modelagem 3D, adotou-se a espessura de 1,5 cm para o grupo estrutural e 1,0 cm para o grupo de apoio. O primeiro passo foi modelar individualmente cada peça da plataforma, trabalhando com agrupamento de formas para facilitar o deslocamento na área de trabalho do SketchUp na etapa de montagem de arranjos.

A etapa de montagens seguiu um processo semelhante ao realizado durante os testes com *mockup*. O primeiro arranjo buscou atender necessidade do tipo mesa (Figura 29). Foram utilizados o quadro +2 (50 x 75 cm) e a moldura +6 (50 x 75 cm) para compor uma mesa de 75 x 50 x 75 cm (largura x profundidade x altura), apresentando dois modelos: com fechamento lateral e sem fechamento. A mesa com fechamento lateral recebeu peças de apoio na parte posterior, a fim de acrescentar a função de guarda-volumes.

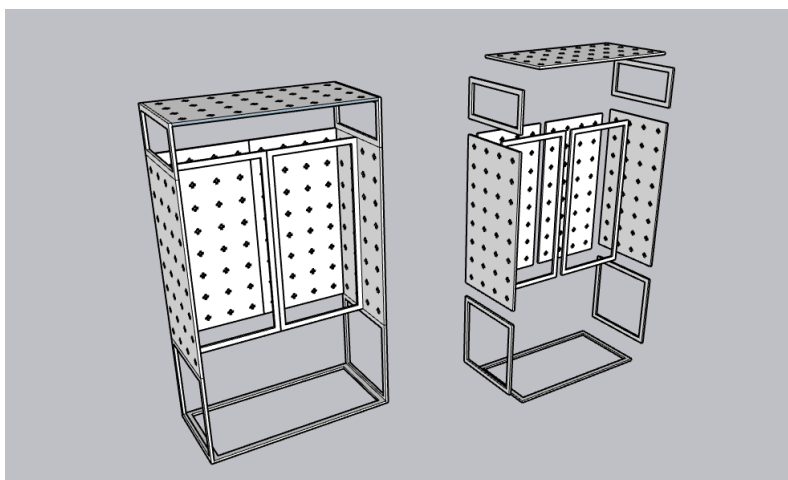
Figura 29: Modelos de mesa.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

O segundo arranjo teve como objetivo apresentar cabideiro (Figura 30). Para essa montagem foram utilizados o quadro +3 (50 x 100 cm) e as molduras +4 (50 x 25 cm), +5 (50 x 50 cm) e +7 (50 x 100 cm). A moldura +7 foi escolhida por proporcionar uma altura de 100 cm. Na parte superior, foi incrementada uma prateleira para apoio. A composição final ficou com 100 x 50 x 175 cm.

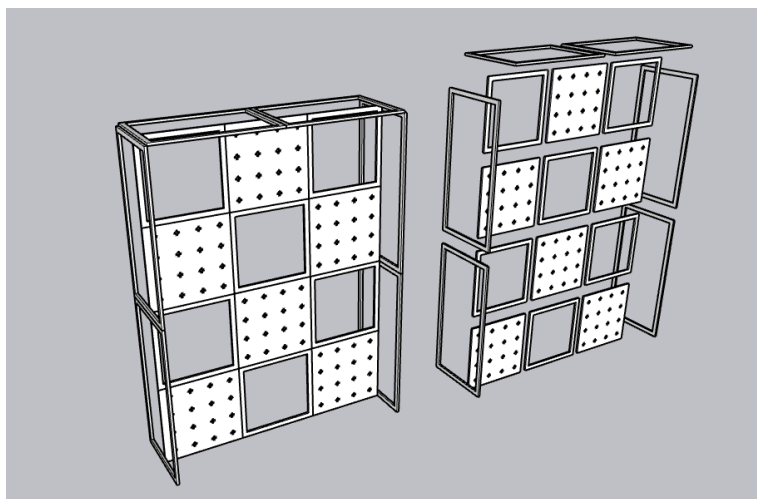
Figura 30: Cabideiro com prateleira para apoio.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

A terceira configuração atendeu à função de painel (Figura 31). Propôs-se um painel com alternância de quadros e molduras para testar a dinâmica da composição visual. Foram utilizados o quadro peg+ (50 x 50 cm) e as molduras +6 (50 x 75 cm) e +7 (50 x 100 cm). Neste painel, dá para adicionar peças do grupo apoio conforme demanda. As dimensões finais foram 15 x 50 x 200 cm (largura x profundidade x altura)

Figura 31: Arranjo painel.

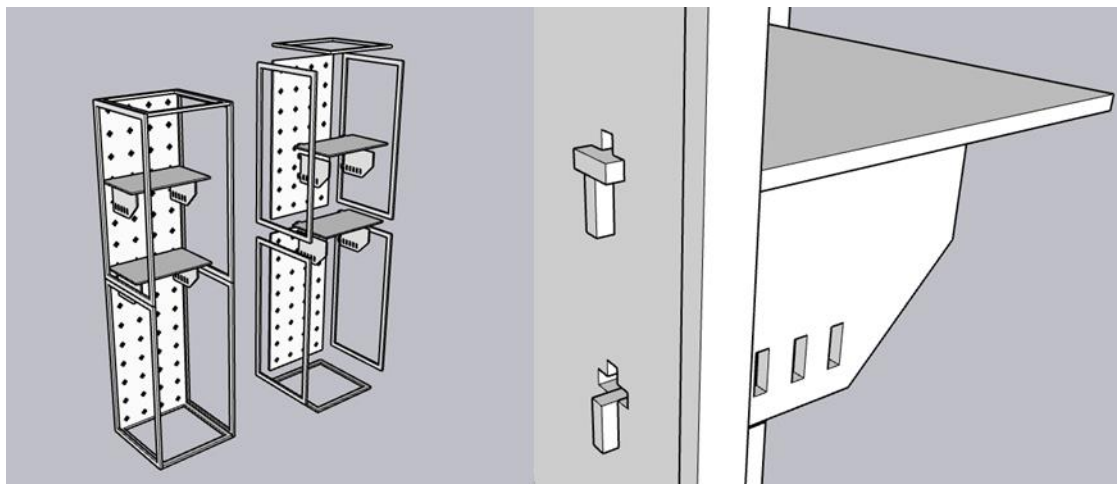


Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Por fim, foi configurada uma estante para teste da performance das peças do grupo apoio (Figura 32). Na composição, estão presentes o quadro +3 (50 x 100 cm), as

molduras +5 (50 x 50 cm) e +7 (50 x 100 cm) e os apoios +8 (suporte de 25 cm) e +9 (prateleira de 30 x 50 cm). As dimensões finais foram 50 x 50 x 200 cm.

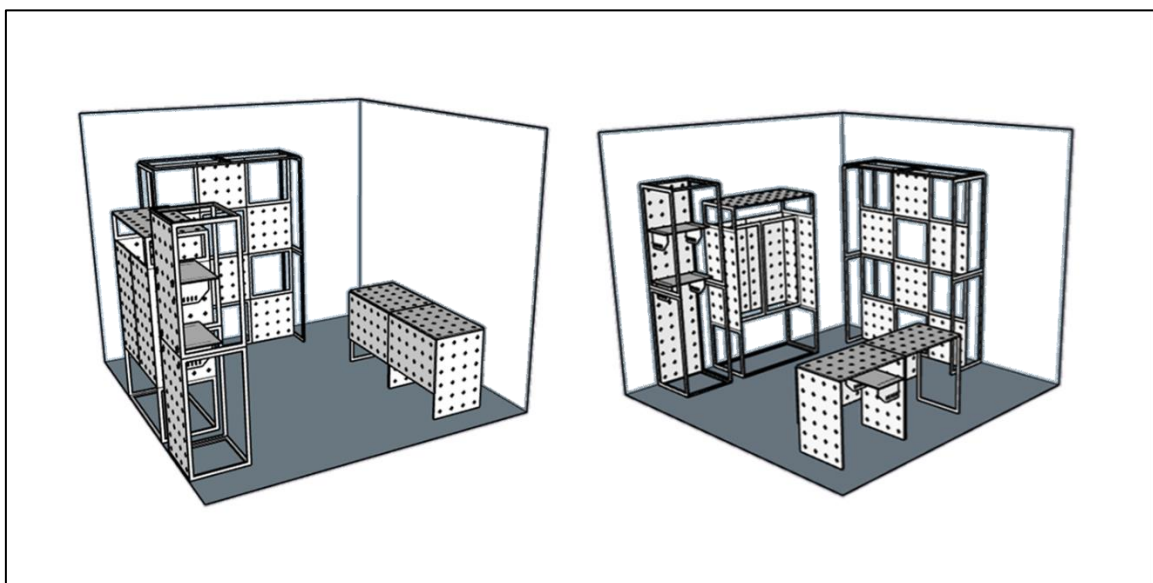
Figura 32: Exemplo de uso das peças de apoio.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Na Figura 33, está representado o posicionamento dos arranjos descritos acima em um espaço de 3 x 3 m e pé direito de 2,5 m para melhor compreensão das proporções do mobiliário.

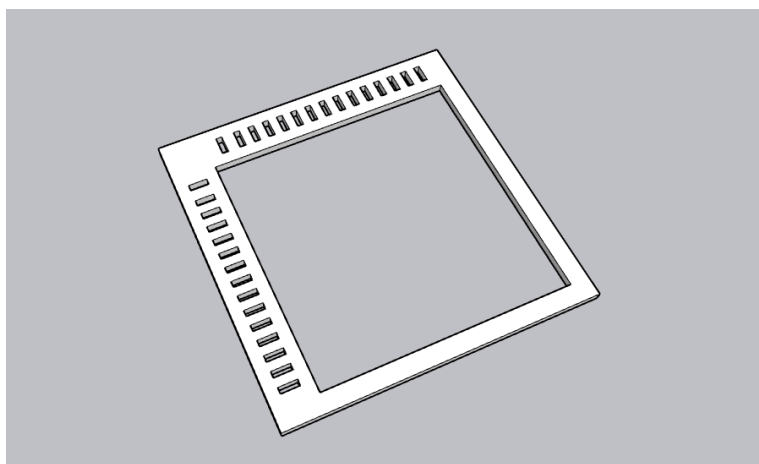
Figura 33: Expositores em um espaço 3 x 3 x 2,5 m.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

Esses foram apenas alguns exemplos de arranjos possíveis com a plataforma para demonstrar a interrelação entre as peças. Diferentes soluções podem surgir a partir do livre processo criativo de quem manipular a plataforma Q+, assim como estudos futuros trarão novas peças para a plataforma. Como é o caso da Figura 34, que mostra uma sugestão de agregar novas funções às peças estruturais do tipo moldura.

Figura 34: Nova função para peças tipo moldura.



Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados aqui apresentados demonstraram que a área do design de interiores tem capacidade de dialogar com desafios do contexto efêmero, propondo soluções criativas e versáteis. A partir desses resultados, ficou claro que a atuação deste profissional não se limita ao mercado de projeto de interiores. É possível atuar em diferentes recortes, especialmente o de projeto de mobiliário.

Esta pesquisa pode ter continuidade com o estudo de materiais de fabricação, testes de diferentes espessuras para as peças, busca da expansão da plataforma e de novas técnicas de modularização, estudos de cor, análise de acessórios de montagem e até mesmo melhoria na plataforma para que seja reduzida a necessidade destes acessórios.

Vale destacar que o mobiliário, por si só, não é suficiente para a criação de um ponto de venda atrativo. Bigal (2000) apontou outras variáveis de composição que precisam ser pensadas no projeto. Por isso, o resultado desta pesquisa entregou apenas um dos elementos necessários para a composição desses espaços e teve o objetivo de ser uma alternativa de mobiliário. Visto que o mobiliário expositor ocupa a maior parte do espaço do empreendedor na feira, ele pode contribuir significativamente para a promoção do ponto de venda. No entanto, é necessário pensar a disposição dos demais elementos presentes na composição para obter um resultado coeso como, por exemplo, a disposição dos produtos, marcos referenciais, itens decorativos e suportes de produtos.

REFERÊNCIAS

- ABD – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DESIGNERS DE INTERIORES. **Projeto efêmero no design de interiores**. ABD Acadêmico. São Paulo, 26 fev. 2019. Disponível em: <<http://abd.org.br/projeto-efemero-e-o-designer-de-interiores>>. Acesso em: 26 set. 2019.
- ALVES, C. T. **Satisfação do consumidor**. Lisboa: Escolar, 2003.
- BIGAL, S. **Vitrina do outro lado do visível**. NBL Editora, 2000.
- BLESSA, R. **Merchandising no Ponto-de-Venda**. São Paulo: Atlas, 2001.
- BONSIEPE, G. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Edgard Blücher, 2011.
- CAPORASO DESIGN. **More_Light** - sistema di arredo componibile. [S.l.][2013?]. Disponível em: <http://www.caporasodesign.it/ita/More_Light.html>. Acesso em: 06 jun. 2021.
- CASTRO, E. C. D; BERCEBAL, F. J. L. **Merchandising: Teoría y práctica**. Espanha: Ediciones Pirâmide, 2002.
- CINGULADO. **Empreendedorismo e Economia Criativa nas Periferias de São Paulo**. 2016. (21min37s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fxDpGwQtDug&t=453s>>. Acesso em: 17 jun. 2021.
- DEMETRESCO, S. **Vitrina: Construção de Encenações**. 3. ed. São Paulo: Editora: Senac, 2000.
- DUARTE, R. B. Imaginários de futuros efêmeros. **Artitextos**, n. 05, 2006.
- FARIAS, M. J. O. et al. Dinâmicas comunicacionais no processo criativo de design de produto: característica e construção da linguagem a partir dos painéis semânticos. **Blucher Design Proceedings**, v. 1, n. 4, p. 3212-3225, 2014.
- FEIRINHA COOL. **Nós somos a Feirinha Cool**. Maceió, 03 mar. 2020. Instagram: feirinhacool. Disponível em: <www.instagram.com/tv/B9SyBRVJpqr/?hl=pt>. Acesso em: 07 ago. 2020.
- FERINHA EMPODERADA. **Episódio #3 Coluna Empoderada - Sororidade: a importância das alianças femininas**. 2020. (4min25s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ibEIJ34zdo&t=103s>>. Acesso em: 16 jul. 2020.
- FERREIRA, M. P.; REIS, N.; SERRA, F. R. **Marketing para empreendedores e pequenas empresas**. Lisboa: Lidel, 2009.
- FIGUEIREDO, C. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 2010.

FOLZ, R. R. **Mobiliário na habitação popular**. 2002. 240 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Arquitetura e Urbanismo, Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2002.

BOM DIA ALAGOAS. Projeto Ferinha Empoderada vai funcionar os 10 dias da Bienal do Livro. (5min57s). 2019. **TV Gazeta**. Maceió. 01 nov. 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8051978>> Acesso em: 10 nov. 2019.

GONZÁLEZ, M. O. A.; TOLEDO, J. C. A integração do cliente no processo de desenvolvimento de produto: revisão bibliográfica sistemática e temas para pesquisa. **Produção**, v. 22, n. 1, p. 14-26, 2012.

GONZÁLEZ RUIZ, G. **Estudio de diseño**: sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad. Emecé, 1994.

G1 AL. Prefeitura divulga programação do Natal dos Folguedos em Maceió; confira. 2019. Maceió, **Portal G1 AL**, Maceió, 27 nov. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/2019/11/27/prefeitura-divulga-programacao-do-natal-dos-folguedos-em-maceio-confira.ghtml>> Acesso em: 30 nov. 2019.

HOWKINS, J. **The creative economy: how people make Money from ideas**. Tradução: Ariovaldo Griesi. M.Books do Brasil Editora Ltda., 2013.

IIDA, I.; BUARQUE, L. I. A. **Ergonomia: projeto e produção**. Editora Blucher, 2016.

KAMRANI, A. K.; SALHIEH, S. M.; **Product Design For Modularity**. 2ed. Massachusetts: Kluwer Academic Publishers Norwell, 2010.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

LÖBACH, B. **Design industrial**. 1. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

LOURENÇO, F.; SAM, J. O. **Vitrine: veículo de comunicação e venda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2019.

MACEDO, L. [Sem título]. Goiânia. 15 jul. 2020. Instagram: @luisamacedoarquitetura. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CCqt6lQpdP5/>>. Acesso em: 20 abr. 2021.

MANENTI, L. Princípios de ordem projetual na obra de Vitruvius. **Arquitetura Revista**, v. 6, n. 1, p. 1-11, 2010.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. Elsevier Brasil, 2017.

MARTUCCI, N. **Móveis feitos de módulos para a casa**. Casa Vogue. [S.l.] 2015. Disponível em: <<https://casavogue.globo.com/Design/Moveis/noticia/2015/07/moveis-feitos-de-modulos-para-casa.html>>. Acesso em: 09 jun. 2021.

MELLO, W. B. **Proposta de um método aberto de projeto de produto-três alternativas de criação**. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

MILLER, T. D.; ELGARD, P. Defining modules, modularity and modularization. In: **Proceedings of the 13th IPS research seminar, Fuglsoe**. Aalborg University Fuglsoe, 1998.

MIOTTO, J.; PUPO, R. T. Fabricação Digital na Arquitetura Efêmera: Aplicação em Feiras Comerciais. In: **Congresso Internacional da Sociedade Iberoamericana de Gráfica Digital**. 2013.

MITCHELL, W. J. **A lógica da arquitetura: projeto, computação e cognição**. Tradução de Gabriela Celani. Campinas: Unicamp, 2008.

MORAES, D. **Limites do Design**. São Paulo: Studio Nobel, 1999.

MORGADO, M. G.; GONÇALVES, M. N. **Varejo. Administração de empresas comerciais**. São Paulo: Editora Senac, 1997.

NASCIMENTO JÚNIOR, O. R. et al. Perspectivas de Desenvolvimento a partir do Empreendedorismo Criativo em Alagoas. **Diversitas Journal**, v. 3, n. 1, p. 85-101, 2018.

PAJOLI, A. Aspectos do comportamento do consumidor relacionados à proteção e defesa de seus direitos. **Cadernos de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 2, p. p1-7, 1994.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. 1.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2000.

PETER, J.; OLSON, J. **Comportamento do consumidor e estratégia de marketing**. São Paulo: MacGraw Hill, 2009.

RIBEIRO, A. **Impacto da comunicação visual veiculada pela montra da loja no comportamento do transeunte**. 2008. 165 f. Tese (Mestrado). Pós-graduação em Marketing, Faculdade de Economia, Universidade do Porto, Porto, 2008.

SEBRAE RN. **Documentário Economia Criativa - Sebrae**. 2020. (14min28s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RWUZcVKd1NQ&t=206s>>. Acesso em: 17 jun. 2021.

SEMTEL – SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO, ESPORTE E LAZER. **Prefeitura apresenta Natal dos Folguedos 2019 na ABAV**. Maceió, 26 nov. 2019. Disponível em: <<http://www.maceio.al.gov.br/2019/09/prefeitura-apresenta-natal-dos-folguedos-2019-na-abav/>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

SCHREINER, F. R. **Gramática de formas e o mobiliário modular multifuncional: um estudo de caso**. 2009. 126 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Design, Escola de Engenharia e Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. Unidade 2–A pesquisa científica. **Métodos de pesquisa**, v. 1, 2009.

SONEGO, M. **Métodos de modularização no projeto conceitual de desenvolvimento de produtos**. 2013. 114 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

SOUSA, L. G. **Memórias de economia: a realidade brasileira**. São Paulo: Eumed, 2004. *E-book*.

STONE, R. B.; WOOD, K. L.; CRAWFORD, R. H. A heuristic method for identifying modules for product architectures. **Design studies**, v. 21, n. 1, p. 5-31, 2000.

VIERO, C. F.; DE LIMA NUNES, F. Módulo, modularidade, modularização e produto modular: uma análise bibliográfica a partir da evolução histórica conceitual. **Revista ESPACIOS| Vol. 37 (Nº 03) Año 2016**, 2016.

VITURINO, J. Em Maceió, Bienal Internacional do Livro abriu espaço para artesãos. "Feirinha cool" divulgou marcas, trabalhos e artistas de Alagoas. **Lab Dicas Jornalismo**. Maceió, 30 nov. 2019. Disponível em: <<https://labdicasjornalismo.com/noticia/2233/em-maceio-bienal-internacional-do-livro-abriu-espaco-para-artesaos>> Acesso em: 05 dez. 2019.

ZANELLA, L. C. **Manual de Organização de Eventos: Planejamento e Operacionalização**. 3ª ed. São Paulo: Atlas S.A 2006.