

ENTRE O ARTESANAL E O INDUSTRIAL: REPENSANDO O DESIGN DE OBJETOS

Arthur Almeida¹, Daiane Gardenghi¹, Ramon Ledo¹, Robson de Araújo Filho¹, Ivilaine Pereira Delguingaro¹

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul – Câmpus Jardim – MS

trincadesign3@gmail.com, robson.araujo@ifms.edu.br, ivilaine.delguingaro@ifms.edu.br

Área/Subárea: CHSAL

Tipo de Pesquisa: (Tecnológica)

Palavras-chave: Produção Artesanal. Produção Industrial. Design. Empreendedorismo. Sustentabilidade.

Introdução

Em uma disciplina de História da Arte, Arquitetura e Urbanismo do curso de Arquitetura e Urbanismo do IFMS fomos desafiados a projetar um objeto artístico-funcional relacionado a um período histórico. Assim, desenvolvemos o projeto e a execução de um aparador inspirado no estilo gótico.

Já no começo do ano de 2019, a fim de continuar com esta investigação, participamos da seleção para pré-incubação da TecnoIF do *campus* Jardim, em que fomos contemplados.

Desde então, embora se tenha preservado a investigação em torno do *design* de objetos, mudamos a abordagem do problema.



Figura 1. Aparador em estilo gótico. Autor: Almeida, A.; Gardenghi, D.; Ledo, R.

Metodologia

Na disciplina de História da Arte, da Arquitetura e do Urbanismo, apesar de seu caráter eminentemente teórico, o desafio usou métodos avaliativos típicos tanto das avaliações práticas de Arquitetura e Urbanismo (banca) quanto do Empreendedorismo (*pitch*).

Esta estratégia nos possibilitou um contato antecipado com o tipo de seleção feito pela TecnoIF. Já na incubadora, utilizamos outros métodos de empreendedorismo como *Golden Circle*, *Persona* e *Canvas* para aprimorar a ideia inicial, que evoluiu para novos conceitos.

Na primeira etapa da pré-incubação, trabalhamos com o *Golden Circle*. Neste método, refletimos sobre nosso propósito de enaltecer a arquitetura por meio de um design inovador e sustentável.

Em nosso itinerário, chegamos a etapa de conhecer o comportamento de consumo do mercado em potencial, através do método *Persona*, que analisa o comportamento e hábitos de consumo, meios de aquisição de produtos e serviços.

Ao atingirmos a fase de modelagem de negócios, utilizando uma ferramenta de planejamento estratégico, denominada *Canvas*, definimos alguns caminhos a percorrer e descobrimos outras oportunidades a serem exploradas. Como possibilidade temos a produção artesanal, trazendo à vida um artefato único, em que a exclusividade e o registro da produção se transformam em diferenciais. Por outro lado, na produção em escala industrial, o *design* seria único para cada cliente, no entanto, as peças seriam seriadas para tornar a produção eficiente e viável.

No estágio atual, estamos trabalhando com o *Briefing*, um documento, que servirá como guia para a execução e o desenvolvimento de *design* de nossa marca.

Resultados e Análise

Em nosso conceito, temos como objetivo e investigação o uso de lascas de madeira que seriam desprezadas de modo a constituir nosso *design*. A marca tem em sua fundamentação a sustentabilidade.

A produção pode trilhar dois caminhos, sendo eles: artesanal, que se daria pelo nosso *design* sendo trabalhado por um artesão parceiro; e industrial, ou seja, a criação seria executada em tornos CNC e impressoras 3D gerando produtos em larga escala.

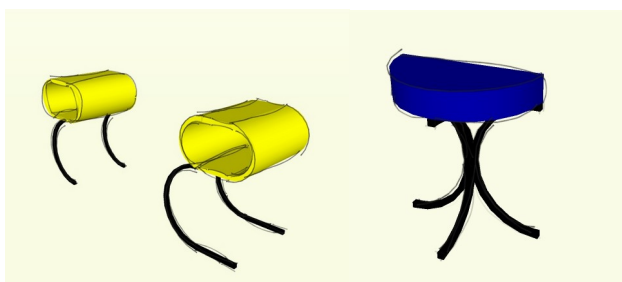


Figura 3. Imagens dos protótipos em software de modelagem tridimensional. Autores: Almeida, A.; Gardenghi, D.; Ledo, R.

Considerações Finais

Com a nossa união, a cidade de Jardim – MS tende a vivenciar uma visão ampliada do que é produzido e comercializado no mercado atual. Ao mesmo tempo, buscamos apresentar caminhos que qualificam a produção e podem incorporar valor ao objeto, promovendo a geração de trabalho e renda.

Em suma, conseguimos materializar o conhecimento adquirido através da disciplina de História da Arte, Arquitetura e Urbanismo e também do período em que estamos na Pré-Incubação na TecnoIF.

Além da experiência adquirida, nos proporcionou consolidação de nossa união, disciplina e comprometimento para com nosso curso de graduação.

Agradecimentos

Agradecemos à equipe TecnoIF, especialmente a professora Ivilaine Delguingaro (coordenadora), pela contribuição e incentivo ao trabalho, e à professora Rafaela Chivalski, pela participação na criação da marca e estágios decisivos.

Referências

BRANDÃO, Carlos Antônio Leite. **A formação do homem moderno vista através da arquitetura**. 2 ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAY, Dave. **Gamestorming: jogos corporativos para mudar, inovar e quebrar regras**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. ISBN 85-224-3397-6.

OSTERWALDER, Alex; PGNEUR, Yves. **Business Model Generation: Inovação em Modelo de Negócios**. Alta

Books, 2011. Disponível em <http://brazil.enactusglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/Business-Model-Generation.pdf>. Acesso em 1 set. 2019.

OSTERWALDER, Alex, et al. **Value Proposition Design: Como construir propostas de valor inovadoras**. Alta Books, 2015.

SINEK, Simon. **Comece pelo porquê; tradução de Paulo Geiger**. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.